

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Era globalisasi seperti sekarang ini, peningkatan perekonomian yang baik merupakan salah satu evaluasi keberhasilan suatu pembangunan pemerintah. Pembangunan ekonomi sangat penting bagi suatu negara, terutama dalam meningkatkan pendapatan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, atau UMKM, merupakan kategori usaha kecil yang dianggap mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia, terutama pada masa krisis ekonomi yang terjadi antara tahun 1998 hingga 2000-an. Usaha kecil, menengah dan mikro dinilai mampu bertahan dari krisis puluhan perusahaan besar yang bangkrut.<sup>1</sup>

Menurut riset yang dilakukan oleh Sudati dkk, UMKM setelah krisis ekonomi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi.<sup>2</sup> Sejak saat itu UMKM dinilai sangat berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Indonesia. Menurut Pramoto dan Soedono alasan-alasan UMKM dapat bertahan dan cenderung meningkat jumlahnya pada masa krisis tidak lain dikarena sebagian UMKM mempergunakan modalnya sendiri dan tidak mendapat modal dari bank. Kedua, adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan menyebabkan sektor formal banyak memberhentikan pekerjaannya, sehingga para penganggur tersebut memasuki sektor informal dengan melakukan kehatan usaha yang berskala kecil, dan akibatnya jumlah UMKM meningkat. Pilihan strategis untuk peningkatan pendapatan terutama untuk golongan masyarakat yang mempunyai pendapatan rendah tidak lain melalui pemberdayaan UMKM. Tujuan dari pemberdayaan

---

<sup>1</sup> Adler Haymans Manurung, *Modal Untuk Bisnis UKM* (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2008), 2.

<sup>2</sup> Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, and Dian Marlina Verawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* 4, no. 2 (October 30, 2019): 137, <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>.

ini yaitu mengurangi angka kemiskinan, kesenjangan pendapatan melalui upaya keterampilan pengelolaan usaha dan memperluas kapasitas usaha.

Menurut data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah hingga bulan Maret 2011, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61.07 persen atau senilai Rp 8.5573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97 persen dari total 3 tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia.<sup>4</sup> Besarnya jumlah tersebut tentunya berdampak pada korelasi terhadap kapasitas penyerapan tenaga kerja. Adanya peningkatan tenaga kerja, secara tidak langsung UMKM telah andil dalam menekan pengangguran, menjamin stabilitas pasar serta momen bagi para wirausaha baru untuk membuka usaha.

Kudus merupakan bagian wilayah di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, dengan jumlah penduduk 871.311 ribu jiwa. Kudus terletak di pesisir timur laut Jawa Tengah, antara kota Semarang dan Surabaya. Kabupaten ini berjarak sekitar 51 kilometer persegi di sebelah timur kota Semarang. Kudus merupakan salah satu kabupaten yang memiliki sektor industri. Sektor industri ini memegang peranan penting sebagai penghasil pendapatan daerah terbesar di Kabupaten Kudus. Dari sekian banyak sektor UMKM di Kudus, industri makanan dan minuman memiliki peranan yang cukup besar dalam perkembangan ekonomi di Kudus. Secara prioritas, Pemerintah menjadikan sektor industri makanan dan minuman sebagai satu sektor sebagai penggerak ekonomi nasional. Hal ini dapat terlihat pada tabel PDRB Kabupaten Kudus yang menunjukkan bahwa industri pengolahan atau manufaktur menjadi sektor unggulan di Kabupaten Kudus. Dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

---

<sup>3</sup> Abd. Ranchman Soejodono Tiktik Sartika Pratomo, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah & Koperasi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 64.

<sup>4</sup><https://pen.kemenkeu.go.id/in/post/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan.>, diakses pada 6 November Tahun 2022.

**Tabel 1.1. PDRB seri 2010 Kabupaten Kudus Menurut Lapangan Usaha Tahun 2021 (Juta Rupiah)**

Sektor PDRB Lapangan Usaha Tahun 2010	PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Kudus (Juta Rupiah) 2021
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2.584.116.14
Pertambangan dan Penggalian	177.407.96
<b>Industri Pengolahan</b>	<b>86.187.090.33</b>
Pengadaan Listrik dan Gas	52.245.01
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	23.535.75
Konstruksi	3.911.670.43
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	6.023.619.66
Transportasi dan Pergudangan	1.029.751.85
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1.332.528.00
Informasi dan Komunikasi	951.067.42
Jasa Keuangan dan Asuransi	2.127.473.75
Real Estate	620.447.17
Jasa Perusahaan	131.887.77
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	844.532.84
Jasa Pendidikan	1.253.227.20
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	388.664.49
Jasa lainnya	575.633.37
<b>PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO</b>	<b>108.214.899.14</b>

Sumber : (BPS Kabupaten Kudus, 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa sektor unggulan di Kabupaten Kudus terletak pada sektor industri pengolahan dengan jumlah nilai mencapai Rp. 86.187.090,33 juta. Kemudian sektor unggulan kedua yaitu sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor dengan jumlah Rp. 6.023.619,66 juta. Serta sektor unggulan yang ketiga

merupakan sektor konstruksi dengan jumlah Rp. 3.911.670,43 juta.

Data dari tabel tersebut sektor industri merupakan tiang penyangga utama perekonomian yang ada di Kabupaten Kudus. Industri berperan sangat penting dalam memberikan kontribusi terutama sebagai adanya pendapatan daerah serta meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Industri pengolahan merupakan industri unggulan di Kabupaten Kudus. Terdapat beberapa subsektor industri pengolahan seperti yang terlihat pada tabel 1.2 berikut :

**Tabel 1.2. Kontribusi Industri Pengolahan terhadap PDRB di Kabupaten Kudus 2021 (persen)**

No	Sektor Industri Pengolahan	Jumlah
1	Industri Batubara dan Pengilangan Minyak	0,00
2	<b>Industri Makanan dan Minuman</b>	<b>3,22</b>
3	Industri Pengolahan Tembakau	90,50
4	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	0,61
5	Industri Kulit, Barag dari Kulit, dan Alas Kaki	0,90
6	Industri Kayu, Barang dari Kayudan Gabus; dan Barang Anyaman	0,20
7	Industri Kertas, dan Barang dari Kertas; dan Reproduksi Media Rekaman	2,45
8	Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional	0,17
9	Industri Karet; Barang dari Karet dan Plastik	0,07
10	Industri Barang Galian bukan Logam	0,18
11	Industri Logam Besar	0,28
12	Industri Barang Logam; Komputer,	1,10

	Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	
13	Industri Mesin dan Perlengkapan	0,22
14	Industri Alat Angkutan	0,00
15	Industri Furnitur	0,08
16	Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	0,01

Sumber : (BPS Kabupaten Kudus, 2022)

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa sektor utama yang memiliki kontribusi tertinggi terhadap pengolahan serta industri unggulan di Kabupaten Kudus yaitu sektor industri pengolahan tembakau. Pada sektor industri pengolahan tembakau terlihat bahwa 90,50 persen. Hal ini terjadi karena mengingat bahwa di Kabupaten Kudus banyak terdiri perusahaan-perusahaan industri hasil tembakau seperti PT Djarum, PT Nojorono, dan PR Sukun. Dari perusahaan-perusahaan inilah yang menyumbangkan PDRB paling besar di Kabupaten Kudus.

Selain daripada sektor hasil tembakau, sektor unggulan kedua yaitu ada sektor industri makanan dan minuman. Pada tabel terlihat bahwa industri makanan dan minuman mencapai angka 3,22 persen. Data ini didukung dengan banyaknya inudstri makanan dan minuman yang mulai bermunculan diantaranya MC. Donals, pabrik minuman Cleo, dan lain sebagainya. Prospek industri bisnis makanan dan minuman di Kabupaten Kudus tengah menjadi fokus pengembangan bagi pemerintah. Industri makanan dan minuman di Kabupaten Kudus tidak hanya meliputi perusahaan skala besar, akan tetap juga menjangkau ditingkat kabupaten untuk skala usaha industri mikro, kecil, dan menengah.

Salah satu industri makanan unggulan di Kabupaten Kudus yaitu industri jenang. Jenang merupakan olahan makanan tradisional khas warga Kudus yang bahan baku utamanya terdiri dari tepung ketan dicampur dengan gula dan santan. Diantara makanan khas di Kudus yang lain, jenang memiliki banyak peminat hal ini dikarenakan tekstur

jenang yang lembut dan gurih ketika dimakan. Pada awalnya jenang merupakan produk olahan makanan rumahan yang disajikan ketika ada acara tertentu, namun seiring berjalannya waktu olahan jenang memiliki banyak peminat dan usaha jenang mulai bermunculan. Oleh karena itu, perkembangan usaha ini dipandang cukup menjanjikan, kemudian Pemerintah Kabupaten Kudus menjadikan jenang sebagai salah satu produk andalan Kabupaten Kudus.

Kabupaten Kudus memiliki setidaknya 21 unit usaha pembuatan jenang Kudus skala UMKM yang terdapat di Desa Kaliputu sebagai sentra industri pembuatan jenang.<sup>5</sup> Berikut merupakan daftar perusahaan jenang yang tersebar di Kabupaten Kudus :

**Tabel 1.3 Daftar Perusahaan Jenang di Kabupaten Kudus Tahun 2018<sup>6</sup>**

Nama Perusahaan	Nama Pemilik	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Produksi /tahun
CV. Mubarakfood Cipta Delicia	H. Muhammad Helmy, SE	70	390 ton
UD. Jenang Karomah Kudus	Enti Aliah Masfuah	25	160 ton
Asia Aminah	Fahrur Ismail	19	105 ton
PJ. Amanah	Wahyudi	17	100 ton
PJ. Cakra	Munawar	13	95 ton
JR. Jaya Abadi	Jajang R. Juanda	11	65 ton
Muria Jaya	Drs. Ma'ruf	12	65 ton

<sup>5</sup> Noor Hana, Rhina Uchyani Fajarningsih, and Raden Kunto Adi, "Analisis Usaha Industri Jenang Kudus Skala Rumah Tangga Di Desa Kaliputu Kecamatan Kota Kabupaten Kudus," *JURNAL AGRISTA* 7, no. 3 (2019): 240.

<sup>6</sup> Lutfiyah, "Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Jenang Di Wilayah Kabupaten Kudus", (skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018). 28

Sinar Amin	Yahya	10	50 ton
PJ. Marlina	Suparmo	8	15 ton
PJ. Barokah	Sumarno	7	15 ton
PJ. Jenang Abadi	Chanayah	16	50 ton
PJ. Tiara Jaya	Zaeni	11	50 ton
PJ. Mubaro	Edi Nooryanto	11	40 ton
PJ. Faza	Anis Maulida	3	1 ton
PJ. Asta	Fathah Sudarmadji	5	2 ton
PJ. Mustika	Any Astuti	3	1 ton
PJ. Aroma	Masroah	7	3 ton
PJ. An-Nur	Achmad Noor Salim	5	2 ton
PJ. Dua Keris	Endang Sri Hatini	13	50 ton
PJ. Rizqina	Malik Syaifuddin	15	50 ton
PJ. Cakra	Munawwar	10	5 ton

Sumber : (Olah data distribusi responden: 2018)

Dari tabel dapat diketahui bahwa usaha dagang Jenang Karomah merupakan peringkat kedua usaha pembuatan jenang terbesar di Kudus. Diantara produk jenang Kudus yang lain, produk jenang yang diproduksi oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus sudah sangat dikenal oleh masyarakat Kudus dan sekitarnya. Karena sejak tahun 1973 sampai sekarang masih tetap mempertahankan resepnya. Itulah yang menjadi sebab masih bertahannya sampai sekarang dan menjadikan konsumen tetap setia membeli di usaha dagang Jenang Karomah Kudus.

Untuk memudahkan dikenal oleh masyarakat usaha dagang Jenang Karomah Kudus memiliki beberapa cabang toko yakni di Jalan Sosrokartono Desa Kaliputu Rt 01 Rw 02 No. 263, di jalan Kudus-Pati, Mejobo dan Rendeng.

Adanya cabang di beberapa daerah ini tujuannya tidak lain untuk memperoleh keuntungan yang maksimal serta memaksimalkan penjualan agar produksi jenang di usaha dagang Jenang Karomah ini lebih dikenal masyarakat luas. Dari data yang dilansir dari akun resmi Instagram perbedaan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dengan produk kompetitor diantaranya:

- a. Tercantum logo halal dan ijin edar BPOM
- b. Produk terjamin pada penyimpanan yang bersih dan kering
- c. Cita rasa khas yang kenyal dan empuk.
- d. Terdapat berbagai macam varian rasa dibanding produsen lain.<sup>7</sup>

Untuk lebih meningkatkan penjualan usaha dagang Jenang Karomah juga berinovasi membuat rasa yang beragam pada jenang. Selain inovasi produk, salah satu yang menjadi daya tarik dari usaha dagang Jenang Karomah Kudus dibandingkan dengan kompetitor pengusaha jenang yang lain adalah cita rasa khas yang dihasilkan dari penggunaan kayu bakar sebagai bahan bakar untuk membuat jenang. Penggunaan kayu bakar ini menghasilkan rasa otentik, dan penggunaan resep yang masih dipertahankan rasanya menjadikan daya tarik bagi para konsumen. Menurut penelitian dari Supardi menjelaskan bahwa cita rasa sebuah produk ini sangat penting, karena dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.<sup>8</sup>

Tidak hanya itu usaha dagang Jenang Karomah Kudus juga aktif mengikuti beberapa event pameran diantaranya :

1. Pameran Dagang Kudus 2016 di Purwokerto
2. Kudus Trade Show 2016 di Alun-Alun Kudus
3. Juara II Stand Terbaik dalam UMKM Expo 2016<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Beta News, <https://betanews.id/2022/04/terus-berinovasi-jenang-karomah-kini-punya-variati-rasa-terbanyak-dibanding-produsen-lain.html>. diakses pada 08 Agustus 2023

<sup>8</sup> Supardi, "Kewirausahaan Kreatif Citarasa Keputusan Konsumen Pembelian Produk (Studi Kasus Yoghurt Jellydely Bandung)," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 8, no. 2 (2019): 98.

<sup>9</sup> <https://instagram.com/jenang.karomah?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>. diakses pada 08 Agustus 2023

4. Meraih Penghargaan Adhikarya Pangan Nusantara Tahun 2014 dan memperoleh no P-IRT No.2053319010037-26
5. Ikut berpartisipasi dalam Peringatan Harlah Koperasi Tingkat Provinsi Jawa Tengah ke-76 di Alun-Alun Bungkarno Ungaran Semarang tahun 2023
6. Kirab Tebokan di Desa Kaliputu Kudus
7. Mengikuti Expo UMKM dalam kegiatan PORPOV Jateng di Balai Jagong Kudus pada tahun 2023.<sup>10</sup>

Dilansir dari sosial media facebook milik usaha dagang Jenang Karomah Kudus juga sering dijadikan sebagai tempat maupun sarana edukasi, salah satu diantaranya yaitu menggandeng IPNU IPPNU untuk tau lebih dalam mengenai usaha dagang Jenang Karomah Kudus.<sup>11</sup> Tidak hanya sebagai sarana edukasi, usaha dagang Jenang Karomah juga sering dijadikan pusat penelitian dari tingkat mahasiswa maupun diliput dari media. Sebagai contoh penelitian dari Noor Hanna dkk, dari penelitian yang dilakukan mereka meneliti tentang analisis usaha industri jenang kudus skala rumah tangga di Desa Kaliputu Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dan mengambil sampel Jenang Karomah untuk diteliti.<sup>12</sup> Sementara dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Elysa Yohana dkk meneliti Jenang Karomah dengan tema penelitian aplikasi sistem produksi dan pemasaran Jenang Karomah Kudus berbasis WEB.<sup>13</sup>

Tidak terbatas sampai disitu, usaha dagang Jenang Karomah Kudus juga diliput berbagai media diantaranya ada dari Muria News yang meliput mengenai jumlah produksi Jenang Karomah disaat menjelang lebaran<sup>14</sup>, Beta News

---

<sup>10</sup>[https://instagram.com/jenangkaromah\\_official?igshid=MzRIODBiNWFIZA](https://instagram.com/jenangkaromah_official?igshid=MzRIODBiNWFIZA), diakses pada 08 Agustus 2023

<sup>11</sup> <https://www.facebook.com/JenangAsliKudus.Karomah/>, diakses pada 08 Agustus 2023

<sup>12</sup> Hana, Fajarningsih, and Adi, "Analisis Usaha Industri Jenang Kudus Skala Rumah Tangga Di Desa Kaliputu Kecamatan Kota Kabupaten Kudus," 238.

<sup>13</sup> Elysa Yhona, Supriyono Supriyono, and Andy Prasetyo Utomo, "Aplikasi Sistem Produksi Dan Pemasaran Jenang Karomah Kudus Berbasis Web," *Jurnal SITECH : Sistem Informasi Dan Teknologi* 1, no. 2 (January 4, 2019): 2622, <https://doi.org/10.24176/sitech.v1i2.2656>.

<sup>14</sup> "No Title," n.d., <http://info-muria.murianews.com/vega-maarijil->

yang meliput mengenai inovasi Jenang Karomah dalam mengembangkan varian rasa terbanyak dibanding produsen lain<sup>15</sup>, dan dari Tribun Jateng sendiri meliput mengenai kisah sukses jenang buatan Desa Kaliputu, penghasil jenang yang tak pernah tergerus zaman.<sup>16</sup>

Namun, ditengah perkembangannya usaha, usaha dagang Jenang Karomah Kudus mengalami penurunan akibat kemunculan Covid-19 pada awal tahun 2020 yaitu tepatnya pada tanggal 2 Maret 2020 secara resmi melalui Presiden Indonesia bahwa terdapat dua kasus Positif Covid-19. Seketika itu Covid-19 menjadi tren topik yang menjadi pembahasan di berbagai media, baik dalam negeri maupun luar negeri. Secara tidak langsung adanya wabah ini mempengaruhi banyak hal, diantaranya berdampak terhadap kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan maupun sosial masyarakat. Dampak dari pandemi Covid-19 menjadi salah satu tantangan bagi pelaku usaha baik usaha mikro, kecil, dan menengah.

Bukan hanya usaha dagang Jenang Karomah Kudus namun seluruh sektor usaha di Kabupaten Kudus berada pada ambang kecemasan karena adanya wabah ini menyebabkan berkurangnya aktifitas setiap orang yang menjadikan turunnya daya beli sehingga omset para pelaku usaha juga menurun drastis hingga adanya pengurangan jumlah tenaga kerja. Dari data yang dilansir dari Muria News menyatakan bahwa virus corona benar-benar memukul usaha di sektor kecil menengah di Kudus. Tak jarang, sejumlah industri-industri rumahan dibuat gulung tikar karena adanya wabah tersebut. Dari hasil wawancara oleh reporter Muria News kepada salah satu pengusaha jenang rumahan bermerk “hidayah” menyebutkan bahwa sebelum pandemi pemasaran jenang masih dikirimkan di

---

ula/287091/jenang-kudus-laris-manis-sehari-produksi-satu-ton. diakses pada 08 Agustus 2023

<sup>15</sup> “No Title,” n.d., <https://betanews.id/2022/04/terus-berinovasi-jenang-karomah-kini-punya-variasi-rasa-terbanyak-dibanding-produsen-lain.html>. diakses pada 08 Agustus 2023

<sup>16</sup> <https://jateng.tribunnews.com/2022/06/30/kisah-sukses-jenang-buatan-desa-kaliputu-penghasil-jenang-yang-tak-pernah-tergerus-zaman>. diakses pada 08 Agustus 2023

Yogyakarta, Magelang, sampai Sidoarjo namun selang beberapa saat pemerintah menutup sektor pariwisata, hal ini mengakibatkan semua jenang yang sudah beredar akhirnya dikembalikan hingga akhirnya jenang menjadi rusak dan menjamur kemudian terjadi penumpukan di gudang penyimpanan. Dan alhasil sementara produksi tidak dapat berjalan dan terpaksa harus meliburkan karyawan. Sehingga untuk sementara waktu toko tutup.<sup>17</sup>

Hadirnya Covid-19 membuat pertumbuhan UMKM Jenang di Kabupaten Kudus mengalami perubahan bentuk baik dari segi omset penjualan, jumlah tenaga kerja, modal usaha, dan jumlah pelanggan UMKM. Minimnya modal usaha bagi para pengusaha jenang menyebabkan berhentinya proses produksi jenang sehingga secara tidak langsung mengurangi jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan. Serta adanya PPKM dari pemerintah untuk di rumah saja mengakibatkan penurunan jumlah orang yang berwisata dan pembeli jenang menjadi tidak ada.<sup>18</sup>

Pandemi Covid-19 ini telah membuktikan bahwa sektor UMKM terutama usaha dagang Jenang Karomah Kudus mengalami dampak yang sangat signifikan mulai dari adanya penurunan jumlah produksi jenang yang semula dalam satu hari dapat memproduksi hingga satu ton, namun menjelang lebaran tahun 2021 hanya memproduksi 500 kg untuk jenang dan madumongso.<sup>19</sup> Dikarenakan adanya kebijakan dari pemerintah terkait adanya larangan beraktivitas di luar rumah saat pandemi Covid-19 mengakibatkan adanya penurunan jumlah pengunjung, terutama di kalangan peziarah Sunan Kudus.<sup>20</sup> Dampak penurunan jumlah pengunjung mengakibatkan produksi

<sup>17</sup> <https://www.murianews.com/2020/08/21/193917/derita-umkm-jenang-kudus-saat-pandemi-lima-bulan-tak-bisa-produksi-hingga-rugi-miliaran> diakses pada 12 Januari 2023

<sup>18</sup> [https://www.kompasiana.com/srisubekti\\_astadi/5f4f62eb097f366c534e1c03/jenang-menara-tetap-setegar-menara-kudus-dalam-menghadapi-pandemi?page=2&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/srisubekti_astadi/5f4f62eb097f366c534e1c03/jenang-menara-tetap-setegar-menara-kudus-dalam-menghadapi-pandemi?page=2&page_images=1) diakses pada 12 Januari 2023

<sup>19</sup> Muria News , <http://info-muria.murianews.com/vega-maarijil-ula/287091/jenang-kudus-laris-manis-sehari-produksi-satu-ton>. diakses pada 7 Agustus 2023

<sup>20</sup> <https://betanews.id/2020/08/mubarok-buat-cokelat-jenang-bentuk-menara-bisa-sekaligus-belajar-sejarah.html> diakses pada 5 Januari 2023

berkurang total sehingga banyak pegawai terpaksa diliburkan dan jenang yang sudah ada di beberapa cabang toko ditarik peredarannya. Tidak hanya itu omset penjualan juga semakin berkurang karena dari yang semula pengunjung dapat membeli langsung kemudian beralih hanya bisa membelinya secara online.

Dampak Covid-19 bukan hanya menurunkan omzet para pelaku UMKM, lebih daripada itu Covid-19 memberikan dampak terhadap sosial budaya. Semenjak Covid-19 hadir, pemerintah secepat mungkin mengurangi akses pergerakan manusia, salah satunya yaitu membuat PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Penelitian yang dilakukan oleh Heylen dkk, menyebutkan bahwa Covid-19 memberikan dampak sosial budaya ke arah negatif, khususnya setelah diberlakukannya PSBB. Masalah mulai muncul diantaranya, tingkat perceraian tinggi, interaksi sosial terbatas, hingga pengaruh sosial pada perempuan dan anak-anak.<sup>21</sup>

Dari pandemi Covid-19 ini telah mengubah kita untuk menjalani hidup, disamping banyak kerugian dari adanya Covid secara tidak langsung juga mengajarkan bahwa meski dalam keadaan sempit sekali pun, kita harus tetap mencari jalan keluar untuk setiap permasalahan. Al-Qur'an diturunkan oleh Allah SWT tidak lain sebagai petunjuk dan jalan hidayah bagi umat manusia serta menuntun manusia kepada jalan yang benar, keselamatan dan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Dalam Surat Yusuf ayat 87, Allah menyebutkan :

يٰٓبَنِيَّ اذْهَبُوْا فَتَحَسَّسُوْا مِنْ يُۤوسُفَ وَاٰخِيْهِ وَلَا تَأْتِيْسُوْا مِنْ رُّوْحِ اللّٰهِ ۗ اِنَّهٗ لَا  
يَأْتِيْسُ مِنْ رِّجِ اللّٰهِ اِلَّا الْقَوْمَ الْكٰفِرُوْنَ ۗ۸

Artinya : “ Hai anak-anakku! Pergilah kamu, carilah (berita) tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari Rahmat Allah.

---

<sup>21</sup> Heylen Amildha Yanuarita and Sri Haryati, “PENGARUH COVID-19 TERHADAP KONDISI SOSIAL BUDAYA DI KOTA MALANG DAN KONSEP STRATEGIS DALAM PENANGANANNYA,” *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika* 2, no. 2 (January 20, 2021): 58, <https://doi.org/10.24843/JIWSP.2020.v02.i02.p01>.

Sesungguhnya yang berputus asa dari Rahmat Allah, hanyalah orang-orang yang kafir.”

Dari ayat diatas berisi tentang larangan untuk tidak berputus asa dari Rahmat Allah SWT. Berputus asa merupakan sifat orang-orang kafir, sedangkan orang muslim harus bersikap optimis dan terus berusaha serta berdoa. Oleh sebab itu kita sebagai umat muslim harus pandai mengatur strategi agar nantinya dapat mempersiapkan diri terhadap segala perubahan. Strategi berfungsi sebagai sarana untuk bisa mencapai tujuan yang kita inginkan sesuai dengan apa yang kita harapkan.

Menurut Chandler mengatakan bahwa strategi dapat didefinisikan sebagai penetapan dari tujuan dan sasaran jangka panjang suatu organisasi serta penggunaan serangkaian tindakan dan aloksi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>22</sup> Sementara pengertian lain, strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat dari pada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.<sup>23</sup>

UMKM melakukan strategi agar usahanya terus berjalan, antara lain melalui :

1. Mencari pasar baru
2. Memberikan diskon atau potongan harga
3. Memberikan bonus pembelian
4. Diversifikasi produk
5. Pemberian konsinyasi
6. Mencari pemasok atau bahan baku lain yang lebih

---

<sup>22</sup> J Salusu, *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit* (Jakarta: PT Grasindo, 2015), 64.

<sup>23</sup> Hitt Michael,dkk, *Manajemen Strategis* (Jakarta: Salemba Empat, 2002):. 137

murah

7. Pembelian bahan baku dengan pembayaran jatuh tempo
8. Mengurangi jumlah tenaga kerja
9. Mengubah cara pembayaran upah
10. Mengajukan keringanan kredit atau angsur bulanan
11. Meminta penundaan pembayaran kredit
12. Meminta pembebasan bunga.<sup>24</sup>

Terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan teori diatas, diantaranya dipaparkan oleh Fahriyah dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa harus ada strategi baru, salah satunya yaitu dengan memperkuat keunggulan kompetitif. Penerapan strategi ini merupakan upaya pelayanan atau memberikan nilai lebih kepada pelanggan dengan keuntungan diatas rata-rata.<sup>25</sup> Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Asmini yang mendeskripsikan tentang manajemen business cycle yang digunakan untuk dasar mencari peluang usaha pasca pandemi Covid-19 yang kemudian menciptakan strategi pemulihan yang tepat pada perekonomian masyarakat.<sup>26</sup> Sedangkan menurut Nurlaela dan Sugeng yang telah melakukan penelitian mengenai analisis pertumbuhan UMKM pasca pandemi Covid-19 di Kelurahan Tanjung Barat Jakarta Selatan menyebutkan bahwa yang bisa diusahakan yaitu mencari peluang usaha baru yang dibutuhkan baik segi promosi penjualan dan pemasaran agar omset yang didapat para pelaku UMKM tetap stabil bahkan meningkat dan perlu adanya suatu pengelolaan yang baik

---

<sup>24</sup> W. Widiastuti, A. Handayani, and A. Hermawan, "Spatial Distribution on Recovery Strategy Due to The Impact of The Covid-19 Pandemic on The Conditions of Micro Small Medium Enterprises (MSME's) in Central Java Province, Indonesia," *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 887, no. 1 (October 1, 2021): 5, <https://doi.org/10.1088/1755-1315/887/1/012026>.

<sup>25</sup>Fahriyah Aramia R.Y, Keunggulan Kompetitif Spesial sebagai Strategi Keberlangsungan UKM di Era New Normal, *Prosiding Seminar Stiami* (Vol. 7 No. 2 Tahun 2020): 109.

<sup>26</sup>Asmini dkk, Manajemen *Business Cycle* sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Pandemi Covid-19 : Suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat, *Indonesian Journal of Social Science and Humanities* (Vol. 1 No. 2 Tahun 2020), Hlm 127.

dan berkelanjutan.<sup>27</sup> Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ika dkk menyebutkan bahwa para UMKM melakukan pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik. Perencanaan dan pengembangan produk usaha dengan harga yang terjangkau harus menarik minat konsumen.<sup>28</sup> Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadilah dkk menunjukkan bahwa perlu adanya langkah cepat, tepat, dan nyata dari pemerintah maupun pelaku usaha untuk menanggulangi kerugian yang telah terjadi akibat pandemi serta melakukan pembaharuan dan evaluasi mengenai siklus usaha mengikuti keadaan yang tengah terjadi agar usaha dapat terus bertahan dan berkembang.<sup>29</sup>

GAP dari penelitian ini adalah UMKM merupakan kategori usaha kecil yang dianggap mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja.<sup>30</sup> Namun pada kenyataannya setelah Covid-19 melanda justru UMKM malah merasakan dampak yang sangat besar dan turut mempengaruhi perekonomian Indonesia. Hal ini dibuktikan dari hasil survei yang dilakukan oleh tatik menyebutkan bahwa, banyak UMKM yang sudah mengakui 96 % dari bisnisnya terkena dampak dari pandemi dan 75 % mengalami penurunan dalam volume penjualan. Bukan hanya itu, tetapi UMKM menyakini bahwa bisnisnya akan berjalan selama kurang lebih satu sampai tiga bulan saja. Mengenai omzet bisnis mengalami penurunan yang sangat

---

<sup>27</sup>Nurlaela dan Sugeng H, Analisis Pertumbuhan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Tanjung Barat Jakarta Selatan, *Journal LPPM UNDIRA* (Vol 14 No. 1 Tahun 2022), Hlm 43

<sup>28</sup>Ika Fitriyani dkk, Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19, *Indonesian Journal of Social and Humanities* (Vol 1 No. 2 Tahun 2020), Hlm. 87.

<sup>29</sup>Fadilah dkk, Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal, *OECOMICUS Journal of Economic : Jurnal FEBI* (Vol 5 No. 1 Tahun 2020), Hlm 46.

<sup>30</sup>Syaakir. Sofyan, "Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia," *BILANCLIA : Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum* 11, no. 1 (2017): pt. 35, <https://doi.org/10.24239/blc.v11i1.298>.

signifikan sekitar 75%.<sup>31</sup> Terlebih lagi pada saat adanya Covid-19 menjadikan UMKM jenang yang ada di Kudus yang sampai memberhentikan usahanya bahkan ada yang gulung tikar, akan tetapi adanya Covid-19 tidak menyurutkan niat Jenang Karomah Kudus untuk tetap mempertahankan usahanya meskipun dengan modal yang minim dan tanpa bantuan dana dari pemerintah. Oleh karena itu Jenang Karomah Kudus mulai bangkit perlahan dan menyusun strategi untuk beradaptasi dengan pasar agar memulihkan usaha serta meningkatkan perekonomian kembali.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *recovery* yang dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus untuk bisa bangkit perlahan dan beradaptasi dengan kondisi pasar agar peningkatan perekonomian kembali seperti sebelum pandemi Covid-19. Adapun penelitian ini berfokus pada analisis untuk menemukan bagaimana dampak dari Covid-19 terhadap usaha dagang Jenang Karomah Kudus, menganalisis upaya yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam memulihkan ekonomi akibat dari pandemi Covid-19, serta strategi yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19. Selain itu penelitian yang menjadikan usaha dagang Jenang Karomah Kudus sebagai objek karena mengingat bahwa usaha dagang Jenang Karomah Kudus merupakan produsen jenang yang eksistensinya masih terjaga sampai sekarang. Pasang surut perubahan zaman telah dirasakan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam mengelola perusahaannya. Maka dari itu peneliti mengangkat judul penelitian yaitu **“Strategi Recovery Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Meningkatkan Perekonomian Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Dagang Jenang Karomah Kudus)”**

---

<sup>31</sup> Tatik, “Analisis Pengambilan Keputusan Taktis Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Di Masa Pandemi Covid’19,” *Jurnal Ekonomi* 17, no. 1 (2021): 166.

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti menentukan fokus masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada penelitian yang berkaitan dengan strategi *recovery* UMKM dalam rangka peningkatan perekonomian pasca pandemi Covid-19.

### 2. Deskripsi Fokus Penelitian

Guna memahami penelitian ini, maka peneliti mendeskripsikan beberapa *variable* yang berkaitan dengan adanya penelitian yaitu :

#### a. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM merupakan bentuk usaha produktif yang dimiliki baik perseorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008.

#### b. Strategi *Recovery*

Strategi *recovery* merupakan sebuah cara maupun langkah yang harus dilakukan dalam upaya pemulihan kembali kondisi yang telah berubah.

#### c. Peningkatan Perekonomian

Peningkatan perekonomian merupakan suatu perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah menjadi perekonomian yang lebih baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan permasalahan yakni :

1. Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari pandemi Covid-19 terhadap keberlangsungan usaha dagang Jenang Karomah Kudus?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam memulihkan ekonomi akibat dari pandemi Covid-19 ?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19 ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan peneliti paparkan, tujuan dari penelitian tersebut yakni :

1. Mengetahui dampak yang ditimbulkan dari pandemi Covid-19 terhadap usaha usaha dagang Jenang Karomah Kudus.
2. Mengetahui upaya yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam memulihkan ekonomi akibat dari pandemi Covid-19.
3. Mengetahui strategi yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yakni :

1. Manfaat Akademis,
  - a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dalam berfikir sebagai bahan refrensi dalam mengenai strategi pemulihan UMKM pasca pandemi Covid-19.
  - b. Diharapkan penelitian ini menjadi salah satu upaya untuk mendukung pembuatan keputusan maupun kebijakan dimasa yang akan datang.
  - c. Diharapkan penelitian ini mampu dijadikan sebagai data rujukan dan refrensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Lembaga  
Dari penelitian ini dapat dijadikan informasi acuan bagi pemerintah untuk bisa mengembangkan UMKM agar lebih bisa maju dalam membangun ekonomi di sektor UMKM.
  - b. Bagi Pendidik  
Dari penelitian ini bermanfaat sebagai bahan membuka pengetahuan baru sebagai pustaka pengetahuan khususnya dalam hal perkembangan UMKM peningkatan ekonomi.
  - c. Bagi Peneliti  
Dalam penelitian ini menjadi salah satu syarat tugas akhir serta dapat menambah wawasan mengenai

strategi pemulihan UMKM pasca pandemi Covid-19

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini dibuat guna mempermudah pemahaman, penjelasan, serta pemaparan pokok permasalahan yang akan dibahas. Berikut merupakan sistematika penulisan skripsi :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Membahas mengenai kajian teori terkait judul, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta pemaparan pertanyaan terkait penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, serta teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian dan hasil analisis yang digunakan mengenai tema penelitian berdasarkan rumusan masalah.

### **BAB V PENUTUP**

Mencakup bab akhir dalam penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran. Dimana kesimpulan merupakan penyajian secara singkat apa yang telah diperoleh dari analisis penelitian dan pembahasan, sedangkan saran merupakan anjuran yang disampaikan kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian.