

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil usaha dagang Jenang Karomah Kudus

Nama Perusahaan : Usaha Dagang Jenang Karomah
Kudus
Nama Pemilik : Ahmad Latif Arsyad
Alamat Usaha : Jl. Sosrokartono No.263 Rt 01 Rw 02
Desa Kaliputu Kecamatan Kota
Kabupaten Kudus Provinsi Jawa
Tengah Kode Pos 59361
No. HP : 0877-1178-5113
Tahun Berdiri : 1995 M
Jumlah Karyawan : 25 Orang

2. Sejarah Berdirinya usaha dagang Jenang Karomah Kudus

Usaha dagang Jenang Karomah Kudus didirikan oleh Bapak Dahwan Maskhani (Alm) pada tahun 1974 M. Pada mulanya perusahaan keluarga ini menamainya dengan “Jenang Gunung Muria”. Berlatar belakang dari Bapak Dahwan memulai usaha yakni karena jenang merupakan makanan khas dari Kota Kudus banyak kalangan yang menyukai baik orang tua maupun anak muda. Selain itu karena letaknya yang strategis yakni di tepi jalan raya yang menjadi akses jalan utama untuk berwisata reiligi Sunan Kudus dan Sunan Muria yang didatangi oleh wisatawan baik lokal maupun luar daerah. Ketika wisatawan ingin kembali ke kotanya, jenang merupakan oleh-oleh wajib yang harus dibawa. Bukan hanya sebagai buah tangan, jenang juga disajikan ketika ada perayaan nikahan dan acara-acara yang lain. Pada saat ada acara pernikahan jenang diyakini sebagai makanan yang mempunyai mitos bahwa tekstur jenang yang lengket bisa mempererat hubungan orang yang menikah.

Dalam perkembangannya merintis jenang, Bapak Dahwan Maskhani (Alm) sempat mengganti perusahaan jenang yang awalnya dinamakan jenang “Gunung Muria” diubah menjadi “Jenang Muria”. Penggantian ini karena

nama gunung dianggap terlalu tinggi dan besar. Hingga pada tahun 1995 M karena faktor usia Bapak Dahwan Maskhani (Alm) yang semakin tua, perusahaan ini diberikan kepada Bapak Zaenal Arifin (Alm) sebagai generasi penerus.

Karena peralihan perusahaan kepada Bapak Zaenal Arifin (Alm), nama perusahaan yang semula “Jenang Muria” diganti menjadi “KAROMAH”, penggantian nama ini karena tidak hanya Bapak Zaenal Arifin (Alm) yang ikut meneruskan tapi kedua saudara Bapak Zaenal Arifin (Alm) juga membuka usaha tersebut. Bersama Ibu Masfuah Enti Aliyah, Bapak Zaenal (Alm) mulai merintis usaha jenang dari nol dan kemudian memproduksi massal dan menjualnya kepada masyarakat.

Untuk lebih meningkatkan penjualan dan minat masyarakat membeli jenang di usaha dagang Jenang Karomah, Bapak Zaenal Arifin (Alm) dan Ibu Masfuah Enti Aliyah kemudian menyerahkan tanggung jawab sepenuhnya kepada Ahmad Latif Arsyad selaku generasi penerus Jenang Karomah Kudus mencoba inovasi baru dengan semakin memperbanyak rasa dari jenang. Tidak hanya dengan inovasi dari segi rasa, beliau juga memperluas area pemasaran dengan memberikan sampel produk kepada setiap konsumen diberbagai toko maupun pusat oleh-oleh. Berbagai event maupun pameran baik di Kota Kudus maupun di luar Kota Kudus juga diikuti agar usaha dagang Jenang Karomah ini semakin dikenal oleh banyak kalangan dipenjurur daerah.¹

3. Visi dan Misi usaha dagang Jenang Karomah Kudus

a. Visi

Menjadikan Jenang Karomah Kudus sebagai icon makanan tradisional yang semakin digemari oleh seluruh masyarakat Indonesia dan diharapkan mampu terkenal sampai luar negeri sebagai makanan khas dari Kota Kudus dalam aspek profitabilitas, pemasaran, dan kepuasan pelanggan melalui karya kreatif dan inovatif, kreatif, dan inovatif.

¹ Wawancara dengan Ahmad Latif Arsyad selaku anak pemilik Jenang Karomah Kudus, tanggal 14 Agustus 2023.

- b. Misi
- 1) Memuaskan pelanggan dengan menyediakan produk Jenang Karomah yang berkualitas dan fresh.
 - 2) Melestarikan jenang Kudus sebagai makanan tradisional khas Kudus
 - 3) Mengembangkan SDM dan Manajemen yang profesional
 - 4) Menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan mitra usaha
- c. Komitmen usaha dagang Jenang Karomah Kudus
- Usaha dagang Jenang Karomah Kudus berupaya menyajikan produk yang fresh dan berkualitas kepada para konsumen. Tidak hanya itu komitmen usaha dagang Jenang Karomah Kudus tetap mempertahankan cita rasa jenang yang masih sama secara turun temurun walaupun dalam prosesnya telah menggunakan alat yang modern seperti mixer pengaduk jenang. usaha dagang Jenang Karomah Kudus mengembangkan inovasi rasa yang beragam menarik tanpa menghilangkan bentuk dan rasa aslinya, tujuan adanya variasi ini selain untuk menarik minat konsumen, juga untuk memperoleh nilai jual yang tinggi.²

4. Letak Geografis

Sebagai salah satu destinasi oleh-oleh wisata, letak geografis Jenang Karomah berada di pusat Kota Kudus, yakni berada di Desa Kaliputu Kecamatan Kota Kabupaten Kudus, letaknya yang strategis dengan kondisi sosial dan ekonomi yang baik. Pemilihan lokasi ini sangat menguntungkan bagi Jenang Karomah Kudus. Adapun lokasi usaha dagang Jenang Karomah Kudus yaitu :

- Batas Utara : BMT Giri Indah Muria Desa Kaliputu
- Batas Selatan : Rumah Penduduk
- Batas Timur : Jalan Raya Kaliputu
- Batas Barat : Rumah Penduduk³

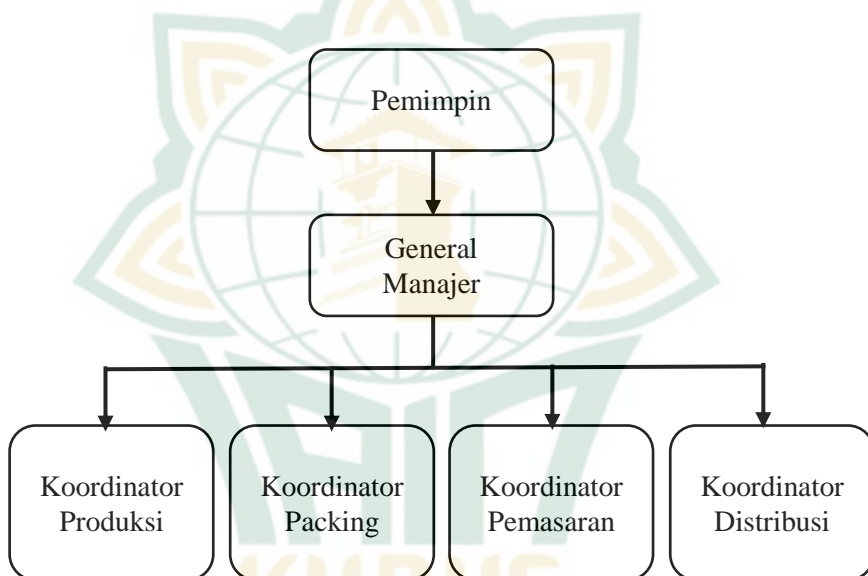
² Wawancara dengan Ahmad Latif Arsyad selaku anak pemilik Jenang Karomah Kudus, tanggal 14 Agustus 2023.

³ Wawancara dengan Ahmad Latif Arsyad selaku anak pemilik Jenang Karomah Kudus, tanggal 14 Agustus 2023.

5. Struktur Organisasi usaha dagang Jenang Karomah Kudus

Adapaun organisasi dalam usaha dagang Jenang Karomah Kudus disusun berdasarkan keahlian yang dimiliki sesuai dengan jabatan yang telah ditetapkan. Berikut merupakan susunan organisasi usaha dagang Jenang Karomah Kudus :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi usaha dagang Jenang Karomah Kudus⁴



Sumber : Dokumentasi di usaha dagang Jenang Karomah Kudus 2023

1. Pemilik

Selaku pemegang kekuasaan tertinggi dalam suatu struktur organisasi yang memiliki tanggung jawab penuh kepada seluruh karyawan. Selain itu, pemilik juga bertugas sebagai pengawas dalam kegiatan produksi hingga selesai. Sekarang ini pimpinan pabrik Jenang Karomah dipegang oleh Ibu Hj. Masfuah Enti Aliyah

⁴ Observasi Peneliti, usaha dagang Jenang Karomah Kudus pada 14 Agustus 2023.

selaku istri dari Bapak Zaenal Arifin (Alm). Akan tetapi semakin tahun kemudian tanggung jawab sepenuhnya diserahkan oleh Ahmad Latif Arsyad selaku anak dari Ibu Hj. Masfuah Enti Aliyah selaku istri dari Bapak Zaenal Arifin (Alm) .

2. General Manajer

Bertugas sepenuhnya atas jalannya aktifitas perusahaan, mulai dari pemilihan bahan baku sampai proses pengolahan jenang dan siap untuk dipasarkan. Bagian ini dipegang oleh Syarifah Sa'adati selaku anak pemilik dari usaha dagang Jenang Karomah Kudus.

3. Koordinator Produksi

Bertanggung jawab dalam hal proses produksi dan kualitas produk, bagian ini Bapak Sugeng.

4. Koordinator Packing

Bertanggung jawab dalam hal pengemasan / perpackingan, bagian ini Ibu Marni.

5. Koordinator Pemasaran

Bertanggung jawab dalam hal atas kegiatan pemasaran, bagian ini dipegang oleh Ibu Eli.

6. Koordinator Distribusi

Bertanggung jawab dalam hal mengantarkan jenang kepada toko-toko langganan, bagian ini dipegang oleh Mas Ahmad Nuril Karim.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Keberlangsungan usaha dagang Jenang Karomah Kudus

Dari data penelitian yang dilakukan peneliti yang dihasilkan dari wawancara dan observasi menunjukkan bahwa usaha dagang Jenang Karomah Kudus merupakan salah satu UMKM produsen pembuatan olahan makanan khas dari Kudus yaitu jenang. Jenang merupakan makanan khas yang selalu dicari dan dibawa sebagai buah tangan ketika para wisatawan berkunjung ke Kota Kudus.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber, kondisi usaha dagang Jenang Karomah Kudus sebelum pandemi Covid-19 ramai pembeli, baik dari dalam maupun luar Kota Kudus, sehingga untuk penjualan jenang masih stabil dan bahkan cenderung meningkat disaat akan

ada perayaan hari besar seperti Lebaran Idul Fitri. Namun setelah adanya wabah Covid-19 menyebabkan dampak yang luar biasa di usaha dagang Jenang Karomah ini. Kondisi saat pandemi menyebabkan penurunan yang sangat drastis karena minimnya pembeli untuk keluar membeli produk. Hal ini dibenarkan sebagaimana hasil wawancara peneliti kepada generasi penerus ke tiga Jenang Karomah beliau menyampaikan bahwa

“Pandemi ini sangat berdampak sekali, terutama imbas dari peraturan pemerintah dengan adanya pembatasan skala sosial yang besar pada waktu itu sehingga banyak pariwisata yang tutup dan menurunnya jumlah wisatawan pada saat itu sehingga dari Jenang Karomah sendiri merasakan dampaknya mulai dari penurunan penjualan dan berkurangnya produksi jenang”⁵

Dampak pandemi Covid-19 ini menyebabkan sejumlah perubahan Jenang Karomah Kduus di beberapa bidang diantaranya :

1. Produksi dan Distribusi

Adanya Covid-19 yang menyebabkan akses pergerakan masyarakat menjadi terhambat ternyata hal ini dirasakan dampaknya oleh Jenang Karomah Kudus seperti yang disampaikan oleh Bapak Sugeng selaku bagian produksi menuturkan bahwa

“Perbedaan saat adanya pandemi Covid-19 itu yang paling terlihat produksi jenang, yang semula sebelum pandemi itu setiap kali masak bisa sampai 105 kg dengan mesin dan waktu pandemi biasanya berkurang jadi setengahnya atau malah bahkan bisa sampai 35 kg dikarenakan waktu pandemi sepi pembeli jadi otomatis jumlah produksi dikurangi”⁶

⁵ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara Oleh Penulis, 14 Agustus, 2023 wawancara 2, transkrip.

⁶ Sugeng, Wawancara oleh Penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 3, transkrip

Akibat permintaan jenang yang menurun alhasil produksi mengalami penurunan yang sangat drastis. Namun dalam hal ini Jenang Karomah tidak lantas untuk memberhentikan kegiatan produksi. Produksi masih tetap beroperasi namun untuk produksinya membatasi dengan jumlah yang lebih kecil daripada sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Produksi disesuaikan dengan keadaan penjualan kala itu.

Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dari pemerintah yang merupakan upaya dari pemerintah untuk mencegah mewabahnya virus Corona. Dari kebijakan ini yang paling besar pengaruhnya yakni adanya pembatasan distribusi barang ke berbagai wilayah di Indonesia. Adanya PSBB mengakibatkan potensi harga bahan pokok menjadi naik akibat terbatasnya alur distribusi barang yang terhambat. Imbas dari pandemi Covid-19 pendistribusian produk di Jenang Karomah Kudus menjadi terhambat, hal ini diungkapkan oleh Mas Ahmad Nuril Karim selaku bagian distributor menyampaikan bahwa

“Tentu sangat berdampak sekali mbak, yang sebelumnya kita bisa dengan mudah melakukan pengiriman sampai luar kota karena ada Covid-19 kita jadi terhambat karena ada pembatasan berskala besar kala itu. Jadi untuk sementara kita ya hanya mengadakan toko untuk buka”⁷

Dari hasil wawancara menyimpulkan bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan Jenang Karomah Kudus mengalami jumlah pengurangan produksi dan terhambatnya proses distribusi yang dikarenakan adanya kebijakan dari pemerintah yaitu pemberlakuan PSBB. Hal ini menjadikan penurunan jumlah permintaan jenang yang menyebabkan Jenang Karomah Kudus mengalami keadaan yang berbanding terbalik dari sebelum adanya pandemi Covid-19.

⁷ Ahmad Nuril Karim, Wawancara oleh penulis, 22 Agustus 2023, wawancara 6, transkrip

2. Penjualan

Akses pergerakan masyarakat yang dibatasi menjadi penyebab utama penjualan semakin menurun setiap harinya. Adanya pola perubahan aktivitas masyarakat yang lebih mementingkan kebutuhan pada makanan pokok dan yang berkaitan dengan alat kesehatan daripada membeli kebutuhan lainnya yang dinilai kurang penting menjadi prioritas yang dipentingkan saat pandemi Covid-19 berlangsung. Hal ini dibenarkan oleh wawancara kepada Ibu Eli selaku bagian pemasaran di Jenang Karomah Kudus menuturkan bahwa

“Saat pandemi keadaan pasarnya sepi mbak inikan juga imbas dari waktu itu pemerintah membatasi untuk pergerakan diluar rumah ya, jadi untuk imbasnya sewaktu pandemi konsumen tidak ada yang kemari, pusat wisata juga ditutup jadi hasilnya orang takut untuk keluar, dan orang yang mau mudik juga tidak diperbolehkan. Penjualan agak menurun drastis setelah adanya pandemi masuk ke indonesia. Penurunan ini dengan cepat terjadi semenjak Pemerintah memberlakukan *lockdown* secara massal untuk menghindari penyebaran pandemi Covid-19.”⁸

Dari hasil wawancara yang telah disebutkan sesuai dengan obsevasi yang peneliti yang didapat, yakni pada saat pandemi Covid-19 penyebaran sangat begitu dasyat sehingga orang takut untuk keluar rumah dan memilih membatasi aktivitas dengan memilah yang mana kegiatan yang perlu diprioritaskan terlebih dahulu. Imbas dari adanya ketakutan pada masyarakat inilah yang menyebabkan penjualan kepada para pelaku UMKM terutama di Jenang Karomah mengalami penurunan yang sangat drastis jika dilihat sebelum pademi Covid-19, dalam sehari mendapat penjualan sampai dengan 5 juta rupiah, namun saat pandemi hanya menghasilkan sampai dengan 1 juta rupiah. Dapat disimpulkan bahwa penjualan UMKM terutama di Jenang Karomah Kudus

⁸ Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

menurun diikuti dengan adanya pemberlakuan PSBB yang dilakukan pemerintah.

3. Pola Pemasaran

Covid-19 menyebabkan para pelaku UMKM diharuskan untuk berpikir lebih keras agar mempertahankan usahanya. Dampak dari pandemi Covid-19 ini menuntut para pelaku UMKM terutama di Jenang Karomah Kudus beradaptasi dengan perubahan pola pemasaran. Dari yang semula dilakukan secara offline menjadi online. Sependapat dengan hal tersebut, melalui wawancara yang dilakukan kepada Ibu Eli selaku bagian pemasaran menuturkan bahwa

“Upaya yang bisa dilakukan ya cuma tetap mempertahankan cita rasa kualitas jenang itu sendiri, dan Alhamdulillahnya mbak selama Covid itu masih ada konsumen yang membeli terutama dari orang yang mempunyai hajat pernikahan, jadi kita membuatkan semacam parcel-parcel jenang. Selain itu kita juga memanfaatkan media sosial seperti Shopee, Facebook, Instagram, maupun bisa lewat WhatsApp, jadi kita masih bisa melayani konsumen dengan jarak jauh. Tapi untuk pemasaran secara online kita sedikit terhambat karena belum menemukan orang yang bisa mengelola secara intens.”⁹

Pernyataan yang telah disebutkan telah senada dengan apa yang dikatakan oleh Bapak Latif Arsyad yang menyampaikan bahwa

“Meskipun ada wabah Covid-19, untuk perkembangan usaha kita maksimalkan sebisa mungkin. Kita berupaya memberikan yang terbaik bagi para konsumen untuk bisa tetap menikmati jenang kita. Untuk itu yang bisa kita lakukan dengan cara menjaga kualitas produk agar tetap dalam keadaan segar, adapun untuk pelayanan kita usahakan tetap membuka toko

⁹ Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

dengan protokol kesehatan yang ketat, melayani konsumen dengan memanfaatkan media sosial sehingga konsumen jarak jauh pun dapat kita jangkau, dan kita mencari inovasi baru agar menarik minat konsumen nantinya”¹⁰

Dari hasil wawancara tersebut menegaskan bahwa adanya pandemi Covid-19 secara tidak langsung membawa perubahan terhadap pola pemasaran di Jenang Karomah Kudus. Perubahan ini tentunya diantisipasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai strategi atau langkah yang digunakan agar pemasaran tetap berjalan walaupun ditengah keterbatasan aktivitas selama pandemi Covid-19.

4. Permodalan

Selama pandemi Covid-19, yang terjadi kurang lebih dua tahun mengakibatkan perubahan yang secara signifikan terhadap sistem pendanaan atau permodalan para pelaku UMKM, tak terkecuali kepada Jenang Karomah Kudus. Melambatnya dunia usaha khususnya di Jenang Karomah Kudus karena berbagai aturan yang ditetapkan pemerintah mengakibatkan perubahan pada arus kas masuk dan penghasilan semakin berkurang. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Ahmad Latif Arsyad, beliau menyampaikan bahwa

“Kalau dari segi pendapatan saat pandemi Covid-19, Jenang Karomah sendiri tentu merasakan hal yang sama seperti UMKM yang lainnya, penjualan yang menurun ini sangat berpengaruh pada pendapatan yang kita peroleh. Dari dampak ini sistem pendanaan kita juga ikut berubah, yang tadinya perputaran modal itu sepenuhnya dari penjualan, saat pandemi kita memaksimalkan perputaran pendapatan dari toko.”¹¹

¹⁰ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 2, transkrip

¹¹ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

Meskipun tanpa bantuan dari pemerintah yang kala pandemi Covid-19 memberikan intensif dana bagi para UMKM, namun dalam pembagiannya kurang merata sehingga menyebabkan para pelaku UMKM ada yang tidak mendapatkannya dan Jenang Karomah menjadi salah satu usaha yang tidak mendapatkan bantuan tersebut. Melalui penuturan Bapak Ahmad Latif Arsyad sebagai pemilik membenarkan hal tersebut terkait tidak adanya bantuan dari pemerintah, dalam wawancara yang telah dilakukan beliau menuturkan bahwa

“Perputaran modal yang kita gunakan dari penjualan selama pandemi itu kita usahakan untuk buka, dari sini kita sama sekali tidak ada bantuan dari pemerintah. Mengenai keuangan selama pandemi kalau dibilang kurang ya pasti kurang karena pendapatan dari penjualan menurun drastis, hanya saja keuntungan agak sedikit menurun karena tidak adanya pembeli.”¹²

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, menyimpulkan bahwa meskipun pandemi Covid-19 yang menyebabkan sulitnya pendanaan modal yang digunakan perputaran usaha. Jenang Karomah Kudus tidak tinggal diam dan berpasrah terhadap keadaan. Wabah pandemi Covid-19 Jenang Karomah Kudus memutar otak dan berusaha untuk tetap bisa menjalankan usaha meskipun dalam keadaan sulit dan ada yang harus dikorbankan untuk mempertahankan usaha agar tetap berjalan.

5. Bahan Baku

Sejak masuknya pandemi Covid-19, bahan baku yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM seringkali terkendala dikarenakan akses logistik yang dibatasi oleh pemerintah guna kebijakan penyebaran pandemi Covid-19 agar tidak tersebar secara luas. Namun kondisi ini tidak menyebabkan produksi jenang yang ada di Jenang Karomah Kudus lantas menghentikan operasionalnya. Bahkan sesaat sebelum adanya pandemi Covid-19 masuk

¹² Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

ke Indonesia, untuk pasokan bahan baku pembuatan jenang tidak begitu sulit didapatkan. Bahan baku cenderung tersedia dan banyak diperjual belikan dimana-mana. Sehingga ketika keadaan pandemi Covid-19 berlangsung di Jenang Karomah Kudus tidak begitu mempermasalahkan adanya bahan baku yang berkurang. Hal ini disampaikan oleh Bapak Ahmad Latif Arsyad selaku pemilik beliau menuturkan bahwa

“Dikarenakan pada pandemi Covid-19 kami jarang produksi dan bahan baku mudah ditemui kami tidak ada kendala untuk itu. Baik bahan baku untuk produksi maupun bahan baku untuk packing karena sebelum adanya pandemi Covid-19 kita stock bahan baku secara banyak jadi saat pandemi Covid-19 kita masih bisa menjalankan usaha.”¹³

Sependapat apa yang telah dijelaskan, lewat wawancara lain yang disampaikan oleh Ibu Syarifah Sa’adati selaku manajer umum dari Jenang Karomah Kudus menuturkan bahwa

“Alhamdulillah stock bahan baku aman, dikarenakan bahan baku dari jenang mudah didapat akan tetapi selama Covid-19 produksi jenang kita pangkas menjadi sedikit. Kalau tidak ada permintaan yang banyak kita mengusahakan untuk tidak membuat jenang.”¹⁴

Sehubungan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kedua informan memberikan keterangan hampir sama yakni mengenai bahan baku tidak perlu dikhawatirkan dan bisa dipastikan akan selalu terpenuhi ketika produksi berlangsung. Senada apa yang menjadi pernyataan tersebut. Lantas peneliti mewawancarai bidang produksi untuk meninjau secara langsung. Dari hasil

¹³ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh Penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁴ Syarifah Sa’adati, Wawancara Oleh Penulis, 14 Agustus, 2023 wawancara 2, transkrip.

wawancara kepada Bapak Sugeng, beliau menuturkan bahwa

“Selama pandemi Covid-19 untuk pasokan bahan baku memang agak berkurang dari kita menetapkan strategi yaitu dengan cara mengurangi jumlah produksinya mbak, dengan catatan kita hanya membuat jenang ketika stock jenang yang di toko ada yang habis atau kita hanya membuat jenang ketika ada pesanan. Jadi dengan seperti itu stock bahan akan tetap aman karena selalu terpenuhi ketika akan melakukan produksi. Dan untuk masa kadaluarsa dari bahan baku dipastikan aman untuk jangka waktu yang lama.”¹⁵

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa permasalahan terhadap bahan baku yang seringkali dikeluhkan oleh para pelaku UMKM saat pandemi karena terbatasnya akses logistik dari pemerintah. Hal ini tidak berlaku pada Jenang Karomah Kudus. Selama pandemi Covid-19 pasokan bahan baku masih aman dan Jenang Karomah Kudus masih dapat memproduksi jenang dan Jenang Karomah Kudus juga memastikan bahwa stock bahan baku dipastikan aman untuk jangka waktu yang lama.

6. Jam Kerja Karyawan

Dampak dari Covid-19 yang menyebabkan penurunan diberbagai bidang mulai dari jumlah produksi yang dipangkas menjadi sedikit, hingga pemberhentian sementara proses distribusi. Hal ini tentu saja berimbas pada para pekerja terutama para pekerja di Jenang Karomah Kudus. Selama pandemi Covid-19 pemangkasan jumlah produksi jenang dilakukan karena permintaan yang menurun. Dari yang awalnya dapat memproduksi jenang setiap hari, karena Covid-19 produksi menjadi terbatas dan tidak dapat dilakukan setiap hari. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Sugeng selaku

¹⁵ Sugeng, Wawancara oleh Penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 3, transkrip.

bagian produksi, beliau menuturkan bahwa

“Selama pandemi ini jumlah karyawan masih tetap mbak tapi ya itu saat pandemi kita tidak setiap hari berangkat kan juga tidak ada yang dimasak jadi paling tidak kita selama pandemi hanya berangkat 2-3 kali dalam seminggu. Kalau keadaan sekarang ini kita berangkatnya bisa sampai 4-5 kali berangkat tergantung dari kebijakan owner”¹⁶

Ternyata dampak pemberhentian karena tidak adanya proses produksi tidak hanya berlaku di bagian produksi melainkan juga berdampak kepada bagian packing jenang. Dalam wawancara yang peneliti telah lakukan, peneliti mendapatkan keterangan dari Ibu Sarini sebagai pekerja bagian packing beliau menuturkan bahwa

“Iya mbak sewaktu pandemi itu kita dari tim packing sangat berdampak soalnya kan tidak produksi jenang jadi kita juga tidak packing jenang, jadi kita ya tidak bekerja dan sementara waktu kita berada dirumah saja.”¹⁷

Imbas Covid-19, telah membuat para pekerja sementara waktu untuk tidak bisa melakukan pekerjaannya, hal ini menyebabkan gangguan terhadap pendapatan serta aktivitas sosial yang tadinya dapat berputar menjadi terhenti. Tidak berhenti disana, karena ada kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dari pemerintah yang merupakan upaya dari pemerintah untuk mencegah mewabahnya virus Corona. Dari kebijakan ini yang paling besar pengaruhnya yakni adanya pembatasan distribusi barang ke berbagai wilayah di Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti melakukan validasi dengan melakukan wawancara kepada Bapak Ahmad Latif Arsyad selaku pemilik

¹⁶ Sugeng, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 3, transkrip

¹⁷ Sarini, Wawancara oleh penulis, 22 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip

memegang kebijakan atau wewenang untuk upaya mengatasi dampak yang ditimbulkan kepada para pekerja di Jenang Karomah Kudus. Dalam wawancara tersebut beliau menuturkan bahwa

“Untuk karyawan produksi kita panggil saat ada permintaan jenang dan ketika stock jenang mulai berkurang kita mulai membuat jenang kembali, karyawan packing juga sama seperti karyawan produksi, karyawan pemasaran masih tetap masuk selama pandemi, dan karyawan distribusi sementara tidak beroperasi dulu karena saat itu juga keadaan masih belum memungkinkan pengiriman ke luar kota. Upaya ini kita lakukan karena mengingat jika jam kerja masih tetap sama sebelum pandemi Covid-19 dari kita juga bingung karena saat pandemi permintaan jenang menurun lalu terpaksa kita melakukan dengan cara tersebut.”

Dari dampak yang telah disebutkan yang menyatakan bahwa adanya pandemi Covid-19 ini menyebabkan kondisi yang kontras dari sebelum adanya pandemi Covid-19. Terlebih lagi ketika diadakannya PSBB yang membuat usaha dagang Jenang Karomah Kudus kurang maksimal dalam pemasaran produk, dan bahkan permintaan cenderung menurun setiap harinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadinya wabah Covid-19 terhadap tidak hanya berdampak pada operasional perusahaan di Jenang Karomah Kudus, namun juga berdampak kepada para pekerja yang selama ini bekerja di Jenang Karomah Kudus.

2. Upaya Yang Dilakukan Usaha Dagang Jenang Karomah Kudus Dalam Memulihkan Ekonomi Akibat Dari Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 menyebabkan dampak yang sangat besar, terutama bagi usaha dagang Jenang Karomah sendiri. Untuk memulihkan keadaan pasca pandemi Covid-19, Jenang Karomah memutar otak untuk tetap mempertahankan dan terus mengembangkan usaha mereka.

Adapun data mengenai upaya yang dilakukan Jenang Karomah Kudus untuk berusaha pulih dari pandemi Covid-19 dijelaskan dengan wawancara dengan beberapa narasumber yang peneliti telah lakukan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti pada usaha dagang Jenang Karomah Kudus terjadinya Covid-19 menyebabkan banyak kerugian ini dibuktikan dengan menurunnya penjualan dan keuntungan. Namun terlepas dari semua itu, pemilik mengupayakan untuk beradaptasi dan bertahan dalam menghadapi pandemi Covid-19. Dari wawancara oleh pemilik Bapak Ahmad Latif Arsyad menuturkan bahwa

“Pandemi Covid-19 meskipun membawa dampak yang begitu besar kita kita lantas berputus asa, tapi kita harus bangkit dan bertahan. Kita punya karyawan yang harus juga kita pertahankan. Tanpa mereka kita juga tidak bisa apa-apa. Makanya ditengah Covid-19 kita punya strategi bertahan meskipun dalam keadaan sulit sekalipun. Kita berupaya sebisa mungkin bertahan walaupun saat itu sebenarnya pasti ada dana intensif dari pemerintah untuk UMKM yang terdampak Covid-19, namun kita tidak mendapatkannya”¹⁸

Upaya bertahan disaat pandemi Covid-19 tentu tidak mudah, ada banyak pengorbanan yang harus dilakukan demi memaksimalkan keberlangsungan usaha. Melalui wawancara yang telah disebutkan bahwa Jenang Karomah Kudus berupaya mempertahankan usahanya untuk bisa melanjutkan usahanya dan masih berusaha mempertahankan para karyawan meski dalam keadaan pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan yang begitu besar terhadap usaha Jenang Karomah Kudus. Dalam wawancara lain kepada Bapak Sugeng selaku bagian produksi menuturkan bahwa

“Selama pandemi Covid-19 untuk pasokan bahan baku memang agak berkurang dari kita menetapkan

¹⁸ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

strategi yaitu dengan cara mengurangi jumlah produksinya mbak, dengan catatan kita hanya membuat jenang ketika stock jenang yang di toko ada yang habis atau kita hanya membuat jenang ketika ada pesanan. Kita hanya membuat jenang setelah owner perintahkan karena mengingat jenang itu hanya bisa bertahan paling lama 3 bulan setelah masa produksi”¹⁹

Upaya yang dilakukan oleh Bapak Sugeng merupakan cara agar tetap memproduksi dikala pandemi Covid-19 diperlukan strategi agar produk yang dihasilkan sesuai dengan keadaan saat pandemi Covid-19. Hal yang sama dilakukan oleh Ibu Eli selaku bagian pemasaran, beliau menuturkan bahwa

“Dari Jenang Karomah sendiri mengupayakan untuk selalu mencukupkan untuk stock jenang nya mbak jadi kalau misal memang ada pesanan kita langsung produksi jadi jenang dalam keadaan fresh dan tidak sampai menimbun jenang. Kita harus tau situasi dan kondisinya agar bisa menyesuaikan Untuk tetap melayani permintaan pembeli, sebisa mungkin toko masih tetap kami buka mbak tapi, ya itu tetap jaga prokes kesehatan mbak seperti kalau masuk toko harus cuci tangan dan memakai masker sama jaga jarak sebisa mungkin.”²⁰

Cara yang dilakukan oleh Ibu Eli adalah upaya untuk bisa mengoptimalkan penjualan dari Jenang Karomah Kudus agar bisa tetap melakukan kegiatan pemasaran ketika pandemi Covid-19. Dengan cara ini bertujuan untuk melayani pembeli yang kesulitan jika harus membeli secara online, dan ingin membeli langsung dengan mencoba tester jenang yang disediakan ditoko. Hal ini sependapat dengan penuturan Ibu Syarifa Sa’adati selaku manajer utama Jenang Karomah Kudus bahwa

“Meskipun ada wabah Covid-19, untuk perkembangan usaha kita maksimalkan sebisa mungkin. Kita

¹⁹ Sugeng, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 3, transkrip

²⁰ Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

berupaya memberikan yang terbaik bagi para konsumen untuk bisa tetap menikmati jenang kita. Untuk itu yang bisa kita lakukan dengan cara menjaga kualitas produk agar tetap dalam keadaan segar, adapun untuk pelayanan kita usahakan tetap membuka toko dengan protokol kesehatan yang ketat, melayani konsumen dengan memanfaatkan media sosial sehingga konsumen jarak jauhpun dapat kita jangkau, dan kita mencari inovasi baru agar menarik minat konsumen nantinya”²¹

Meskipun disaat penyebaran virus Covid-19, Jenang Karomah Kudus tetap memaksimalkan perkembangan usaha dengan cara selalu menjaga kualitas dari produk, membuat inovasi produk, serta lebih mengutamakan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen. Covid-19 menyebabkan pembatasan sosial terutama aktivitas dengan bertatap muka. Kondisi seperti ini membuat usaha dagang Jenang Karomah tidak tinggal diam dan berusaha mencari jalan untuk bisa melayani konsumen meskipun adanya keterbatasan. Adanya terkonogi yang semakin canggih dimanfaatkan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam melayani pembeli. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada Ibu Eli selaku bagian pemasaran menjelaskan bahwa

“Upaya yang bisa dilakukan ya cuma tetap mempertahankan cita rasa kualitas jenang itu sendiri, dan Alhamdulillahnya mbak selama Covid itu masih ada konsumen yang membeli terutama dari orang yang mempunyai hajat pernikahan, jadi kita membuatkan semacam parcel-parcel jenang. Selain itu kita juga memanfaatkan media sosial seperti Shopee, Facebook, Instagram, maupun bisa lewat WhatsApp, jadi kita masih bisa melayani konsumen dengan jarak jauh. Tapi untuk pemasaran secara online kita sedikit terhambat karena belum menemukan orang yang bisa mengelola secara intens. ”²²

²¹ Syarif Sa'adati, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 2, transkrip

²² Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

Upaya bertahan yang dilakukan oleh Jenang Karomah saat pandemi Covid-19 telah dimaksimalkan dengan berbagai cara agar nantinya usaha akan terus berjalan dan tetap berlanjut hingga pasca pandemi Covid-19. Adapun setelah pasca pandemi Covid-19 Jenang Karomah tetap berjuang melanjutkan usahanya. Berbagai upaya dilakukan untuk memulihkan keadaan usaha pasca adanya pandemi Covid-19.

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara pada Jenang Karomah Kudus, peneliti memperoleh data dengan cara melakukan wawancara yang menyebutkan bahwa ada suatu upaya yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus untuk memulihkan usaha pasca Covid-19. Dari penuturan yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Latif Arsyad yang menyebutkan bahwa

“Kalau untuk memulihkan usaha pasca pandemi Covid-19 sebenarnya telah kita lakukan semenjak dari adanya pelonggaran ketika mudik tahun 2022 kemarin, kita sudah berani untuk memproduksi jenang lagi jadi untuk permintaan jenang mulai naik, bahkan untuk jumlah produksi mulai kita tambah dibanding sewaktu pandemi Covid-19 kemarin. Kalau secara spesifik dari kita untuk memulihkan usaha pasca pandemi Covid-19 yaitu dengan melakukan inovasi pada rasa jenang, dengan inovasi ini diharapkan dapat menarik lagi minat konsumen untuk membeli jenang. Selain itu kita juga mempertahankan kualitas jenang untuk mempertahankan konsumen memilih produk kami”²³

Sependapat dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Latif Arsyad mengenai upaya pemulihan, hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Syarifa Sa’adati yang menuturkan bahwa

“Upaya pemulihan dari UD. Jenang Karomah sendiri yang bisa dilakukan yaitu mempromosikan di ranah media sosial, terutama menggunakan media sosial

²³ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

yang baru trend, seperti Instagram maupun Tik Tok. Karena waktu pandemi Covid-19 kemarin proses Distribusi hampir tidak jalan sama sekali akibat dari adanya peraturan PSBB dari kita untuk bisa memulainya kembali yaitu dengan cara kembali menawarkan kepada bakul atau pedagang yang ada di luar kota, jikalau dari pihak sana meminta jenang kembali, kita dengan sangat siap untuk melayani”²⁴

Dalam rangka memulihkan keadaan pasca pandemi Covid-19, langkah yang dilakukan oleh Jenang Karomah memulihkan keadaan adalah sebagai berikut :

1. Perbaikan Kualitas Produk dan Layanan

Untuk memulihkan keadaan pasca pandemi Covid-19, Jenang Karomah melakukan upaya perbaikan kualitas produk dan layanan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk bisa menambah kepercayaan konsumen ketika sempat menurun dikarenakan dampak dari Covid-19. Jenang Karomah Kudus merasa perlu melakukan perbaikan kualitas produk dan layanan dengan harapan melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan, keinginan, dan kepuasan dari konsumen. Dari hasil wawancara oleh Bapak Sugeng selaku bagian produksi menuturkan bahwa

“Upaya pemulihan dari produksi sendiri itu harus meningkatkan kualitas kerja mbak agar nantinya setelah konsisi nornal kita juga semangat untuk membuatnya, dan menjaga selalu kebersihan pabrik jenang di Jenang Karomah ini. Dan juga kemarin dari ownernya sendiri lebih meningkatkan varian rasa yang lain. Selain itu untuk setelah adanya pandemi ini, kita mengupayakan untuk bisa lebih menjaga kualitas jenang itu sendiri, yang nantinya hasil jenang yang dihasilkan dapat lebih baik, dan membuat jenang dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.”²⁵

²⁴ Syarif Sa’adati, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 2, transkrip

²⁵ Sugeng, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 3, transkrip

Bukan hanya dari segi perbaikan kualitas produk, dari segi pelayanan, Jenang Karomah Kudus mengupayakan untuk bisa memperbaiki dengan menambah jenis layanan selain melayani secara offline juga melayani secara online. Hal ini disampaikan langsung oleh Ibu Eli selaku bagian pemasaran yang menuturkan bahwa

“Untuk bisa memulihkan keadaan pasca Covid-19, dari segi pelayanan kita memperbaiki yang semula kita hanya melayani secara offline jadi kita menambah layanan secara online juga, kita menyediakan layanan admin yang secara khusus menjawab dan melayani pemesanan secara online mbak”²⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang telah disampaikan oleh Bapak Sugeng dan Ibu Eli, yang menyebutkan bahwa pemulihan pasca pandemi Covid-19 dinilai bukan hanya dari segi perbaikan kualitas produk akan tetapi juga perbaikan kualitas dari segi pelayanan. Hal tersebut dilakukan Jenang Karomah Kudus tidak lain adalah sebagai bentuk loyalitas yang diberikan kepada konsumen yang nantinya menciptakan kepuasan bagi para konsumen sehingga konsumen tentunya akan melakukan pembelian kembali.

2. Digital Marketing

Covid-19 menyebabkan pembatasan sosial terutama aktivitas dengan bertatap muka. Kondisi seperti ini membuat usaha dagang Jenang Karomah tidak tinggal diam dan berusaha mencari jalan untuk bisa melayani konsumen meskipun adanya keterbatasan. Adanya terkonogi yang semakin canggih dimanfaatkan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam melayani pembeli. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada Ibu Eli selaku bagian pemasaran menjelaskan bahwa

“Upaya yang bisa dilakukan ya cuma tetap mempertahankan cita rasa kualitas jenang itu

²⁶ Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

sendiri, dan Alhamdulillahnya mbak selama Covid itu masih ada konsumen yang membeli terutama dari orang yang mempunyai hajat pernikahan, jadi kita membuatkan semacam parcel-parcel jenang. Selain itu kita juga memanfaatkan media sosial seperti Shopee, Facebook, Instagram, maupun bisa lewat WhatsApp, jadi kita masih bisa melayani konsumen dengan jarak jauh. Tapi untuk pemasaran secara online kita sedikit terhambat karena belum menemukan orang yang bisa mengelola secara intens.”²⁷

Dari hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa adanya teknologi yang semakin canggih dimanfaatkan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam memaksimalkan pelayanan. Hal ini tentu dapat dengan mudah dilakukan oleh konsumen yang tidak dapat membeli secara langsung.

Gencar mempromosikan produk lewat media sosial. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk lebih memperkenalkan produk kepada khalayak ramai. Kecepatan media sosial sekarang pastinya akan membawa dampak juga terhadap usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam memasarkan produk, terutama setelah pandemi Covid-19 ini.

3. E-Commerce

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus dalam memulihkan keadaan pasca pandemi Covid-19 yakni dengan memanfaatkan *e-commerce* sebagai media untuk bisa menjangkau lebih luas konsumen. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, platform *e-commerce* yang digunakan oleh Jenang Karomah Kudus adalah Shopee. Seperti apa yang disampaikan oleh Bapak Ahmad Latif Arsyad yang menuturkan bahwa

“Selama pandemi keadaan pasar sangat sepi sekali, dampak ini sampai menghentikan pemasaran jenang ke luar kota Kudus, tapi kita masih

²⁷ Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

mengupayakan toko masih buka kala itu. Setelah pandemi kondisi berangsur membaik, semejak *lockdown* sudah dibuka dan mudik diperbolehkan saat itu keadaan pasar mulai membaik. Untuk mengatasi hal tersebut, kita membuka pemasaran lewat shopee sebagai gantinya jika konsumen tidak bisa melakukan pembelian secara langsung.”²⁸

Sependapat dengan hal tersebut, Ibu Eli selaku bagian pemasaran menuturkan pendapat yang sama yakni

“Untuk tetap melayani permintaan pembeli, sebisa mungkin toko masih tetap kami buka mbak tapi, ya itu tetap jaga prokes kesehatan mbak seperti kalau masuk toko harus cuci tangan dan memakai masker sama jaga jarak sebisa mungkin. Selain itu untuk melayani konsumen yang tidak bisa ke toko langsung Jenang Karomah juga melayani pembelian lewat Shopee”²⁹

4. (*Customer Relationship Marketing*) CRM

Membangun kembali *Customer Relationship Marketing* (CRM). Hal ini dilakukan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam upaya memulihkan keadaan pasca Covid-19. Dimasa Covid-19 pendistribusian barang menjadi terhambat dan tentunya menjadikan hubungan kepada konsumen juga merengang. Seperti apa yang disampaikan oleh Mas dengan Mas Ahmad Nuril Karim selaku bagian dari distributor yang mengatakan bahwa

“Setelah pandemi berakhir, untuk pendistribusian jenang kita akan mulai bangkit kembali mbak dan sebisa mungkin tetap menjaga hubungan baik antar konsumen. Untuk itu kita sebisa mungkin tetap menjalin silaturahmi yang baik mbak, dan tetap menjaga kualitas produk agar tetap baik yaitu

²⁸ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

²⁹ Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

dengan tidak sampai menyakiti hati sekecil apapun, jikapun ada masalah diselesaikan dengan kepala yang dingin sehingga konsumen juga merasa puas”³⁰

Tetap memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen yang datang untuk membeli jenang merupakan upaya Jenang Karomah Kudus dalam meningkatkan lagi *Customer Relationship Marketing* (CRM). Imbas dari adanya perbaikan *Customer Relationship Marketing* (CRM) ini setelah pandemi memberikan kepuasan bagi para konsumen. Jika pelayanan baik, maka secara tidak langsung konsumen memberikan respon yang *positive* dan tentunya akan memuaskan bagi konsumen, maka konsumen dengan sendirinya akan loyal ketika membeli produk.

5. Permodalan

Pandemi Covid-19 yang mengakibatkan aktivitas masyarakat terbatas dan tentunya berimbas pula pada dana modal perusahaan Jenang Karomah Kudus mengalami penurunan yang sangat dratis. Untuk bisa mengembalikan modal yang sempat menurun disaat pandemi Covid-19, yang dapat dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus berupaya memulihkan kembali yaitu dengan cara meningkatkan penjualan kembali agar ramai seperti sebelum pandemi Covid-19. Dalam hal ini seperti apa yang disampaikan oleh Ibu Eli selaku bagian pemasaran yang menuturkan bahwa

“Setelah pandemi ini yang kita rasakan bisa bernafas lega kembali mbak, pokoknya itu sewaktu mudik sudah mulai perbolehkan kita sedikit demi sedikit memulai kembali dengan produksi yang cukup lumayan. Upaya pemulihan dari kita untuk bangkit lagi seperti semula yaitu pemilik mencoba membuat inovasi rasa jenang yang baru mbak, yang dulu kita sudah ada varian rasa mocca, durian, susu, wijen, jahe, tape, melon, strawberry,

³⁰ Ahmad Nuril Karim, Wawancara oleh penulis, 22 Agustus 2023, wawancara 6, transkrip

sirsak, kacang hijau, kacang tanah, kacang hitam. Dan baru-baru ini kita mengembangkan rasa lagi seperti contohnya baru beberapa bulan ini kita mencoba membuat varian rasa parijoto. Varian rasa ini selain menarik untuk pembeli juga memberikan dari segi khasiat buah itu sendiri. Untuk bisa memulihkan keadaan perusahaan pasca Covid-19, dari segi pelayanan kita memperbaiki yang semula kita hanya melayani secara offline jadi kita menambah layanan secara online juga, kita menyediakan layanan admin yang secara khusus menjawab dan melayani pemesanan secara online mbak”³¹

Sejalan dengan apa yang telah disampaikan Ibu Eli, Bapak Ahmad Latif Arsyad membenarkan hal tersebut. Dalam wawancara beliau mengatakan bahwa

“Untuk memulihkan modal, yang bisa kita lakukan yaitu dengan meningkatkan penjualan, salah satu caranya dengan berinovasi dengan rasa jenang yang baru. Penjualan jenang yang semakin meningkat membuat modal juga kembali pulih seperti semula mbak.”³²

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, upaya Jenang Karomah untuk memulihkan permodalan pasca pandemi diantaranya meningkatkan penjualan, dengan meningkatkan penjualan secara langsung akan mengembalikan modal yang sempat menurun saat pandemi Covid-19 dengan memberikan inovasi baru terhadap rasa jenang yang nantinya penjualan akan meningkat dan modal akan kembali seperti semula.

³¹ Eli, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip

³² Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

3. Strategi Yang Dilakukan Usaha Dagang Jenang Karomah Kudus Dalam Meningkatkan Perekonomian Pasca Pandemi Covid-19

Pasca pandemi Covid-19, para pelaku UMKM terutama bagi Jenang Karomah Kudus, berupaya untuk meningkatkan kembali perekonomian mereka yang pada waktu Covid-19 mengalami penurunan. Berdasarkan hasil wawancara, peneliti memperoleh data yakni mengenai upaya peningkatan perekonomian pasca Covid-19, hal tersebut disampaikan oleh Bapak Ahmad Latif Arsyad beliau menuturkan bahwa

“Dengan memastikan supplay bahan baku terjamin, karena dengan ini Jenang Karomah Kudus akan memiliki waktu proses produksi lebih cepat dibanding dengan produsen lain.”³³

Beliau juga menambahkan, bahwa selain menjamin bahan baku jenang tetap tersedia, hal lain yang dilakukan yakni dengan

“Setelah pandemi kita berusaha untuk mengembalikan produktivitas karyawan seperti semula dengan cara mulai memproduksi kembali jenang, lalu kita juga menyiapkan inovasi yang nantinya konsumen akan tertarik kembali ke Jenang Karomah Kudus. Selain itu kita memanfaatkan pinjaman dana kepada bank untuk memulai kembali setelah pandemi Covid-19, Kurang lebih seperti itu mbak.”³⁴

Untuk menunjang hal tersebut beliau menuturkan bahwa ada kegiatan yang harus lebih ditingkatkan untuk bisa memulihkan penjualan dari Jenang Karomah Kudus, beliau menambahkan bahwa

“Untuk menunjang perbaikan penjualan agar perekonomian meningkat dapat dengan melakukan

³³ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

³⁴ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

promosi mbak, karena dari Jenang Karomah Kudus ingin memperkenalkan Jenang Karomah Kudus di seluruh Indonesia atau bahkan sampai ke Luar Negeri, jadi kita sebisa mungkin gencar melakukan promosi melalui sosial media. Baik lewat Instagram, Facebook, WhatsApp, maupun lewat Tik Tok.”³⁵

Sependapat apa yang telah disampaikan oleh Bapak Ahmad Latif Arsyad, Ibu Syarifa Sa’adati juga mengatakan bahwa

“Agar kembali seperti semula kita menggunakan dana pinjaman dari bank, selain itu kita juga gencar melakukan promosi-promosi”³⁶

Selain apa yang telah disampaikan, proses perencanaan ulang perusahaan juga dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus untuk upaya memulihkan perusahaan guna meningkatkan kembali perekonomian, baik bagi karyawan maupun untuk perusahaan. Hal ini disampaikan oleh Ibu Syarifa Sa’adati yang mengatakan bahwa

“Upaya pemulihan dari produksi sendiri itu harus meningkatkan kualitas kerja mbak agar nantinya setelah konsisi nornal kita juga semangat untuk membuatnya, dan menjaga selalu kebersihan pabrik jenang di Jenang Karomah ini. Dan juga kemarin dari ownernya sendiri lebih meningkatkan varian rasa yang lain. Selain itu untuk setelah adanya pandemi ini, kita mengupayakan untuk bisa lebih menjaga kualitas jenang itu sendiri, yang nantinya hasil jenang yang dihasilkan dapat lebih baik, dan membuat jenang dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.”³⁷

³⁵ Ahmad Latif Arsyad, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 1, transkrip

³⁶ Syarifa Sa’adati, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 2, transkrip

³⁷ Syarifa Sa’adati, Wawancara oleh penulis, 14 Agustus 2023, wawancara 2, transkrip

Peningkatan perekonomian di Jenang Karomah Kudus tidak hanya mementingkan dari segi perusahaan yang harus meningkat melainkan, namun nasib para karyawan ikut serta merta diperhatikan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Sugeng selaku bagian koordinator produksi yang menuturkan bahwa “Dari Jenang Karomah sendiri kebijakannya yaitu mengupayakan kembali karyawan untuk bekerja, dari yang dulu seminggu hanya beberapa kali masuk kerja menjadi sepenuhnya untuk bekerja. Dengan ini pendapatan uang yang kita terima sebagai pekerja akan kembali seperti dahulu dan keuangan kami mulai membaik. Selain itu ketika hari raya kita juga mendapatkan uang THR dengan THR ini dapat kita gunakan untuk membeli sesuatu yang kita butuhkan.”³⁸

Dari wawancara tersebut menyatakan bahwa pasca pandemi memberikan dampak bagi pendapatan karyawan di Jenang Karomah Kudus, penjualan yang semakin meningkat di Jenang Karomah Kudus mengembalikan kembali produktivitas kinerja para karyawan dan hasilnya karyawan dapat bekerja kembali dan mendapatkan penghasilan seperti sebelum pandemi Covid-19.

Kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa untuk meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19, Jenang Karomah Kudus melakukan startegi yaitu dengan menjamin ketersediaan bahan baku, mengembalikan produktivitas karyawan, melakukan peminjaman dengan bank, melakukan promosi diberbagai sosial media, serta melakukan berbagai macam inovasi terhadap produk olahan jenang.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Dampak Yang Ditimbulkan Dari Pandemi Covid-19 Terhadap Keberlangsungan Usaha Usaha Dagang Jenang Karomah Kudus.

Semakin bertambahnya kasus pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia, mengakibatkan lumpuhnya aktivitas

³⁸ Sugeng, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 3, transkrip

masyarakat, dimulai pada pertengahan tahun 2019 virus ini mulai menyebar dari Wuhan Cina hingga pada akhirnya pada awal tahun 2020 telah sampai di Indonesia. Virus Covid-19 ini menyebar dengan sangat cepat di Indonesia dampaknya bukan hanya pada manusia namun juga terhadap kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan maupun sosial masyarakat. Dampak dari pandemi Covid-19 ini menjadi salah satu tantangan bagi pelaku usaha baik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Menurut laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) menyebutkan UMKM memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi Covid-19 ini. UMKM sangat rentan dalam gangguan bisnis, karena seringnya berhubungan langsung dengan pariwisata, transportasi, dan industri kuliner yang memerlukan supplier yang cepat.³⁹ Dari situasi tersebut menjadi penyebab UMKM merasakan dampak yang begitu luar biasa sehingga perlu beradaptasi dan harus pandai untuk mengelola usaha untuk bisa bertahan meskipun dalam keadaan sulit sekalipun untuk bergerak karena mengingat bahwa UMKM merupakan alat stabilisator perekonomian negara. Sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Dewi Shinta yang mengemukakan bahwa UMKM harus bangkit mengingat betapa pentingnya kontribusi yang besar terhadap perekonomian negara dan pendorong perekonomian negara.⁴⁰

Jenang Karomah Kudus merupakan salah satu UMKM yang mengalami dampak yang cukup serius akibat Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan pada penelitian yang telah dilakukan dimana peneliti memperoleh hasil data yang menunjukkan tentang dampak yang ditimbulkan dari pandemi Covid-19 terhadap keberlangsungan usaha dari Jenang Karomah Kudus. Dampak pandemi Covid-19 telah

³⁹ “Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses - OECD,” accessed September 21, 2023, [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid 19_SME_Policy_Responses](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid%2019_SME_Policy_Responses).

⁴⁰ Dewi Shinta and Wulandari Lubis, “Strategi Pemulihan Ekonomi UMKM Pasca Pandemi Covid19 Melalui Peningkatan Kualitas SDM,” *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, Dan Teknologi*, July 26, 2022, 665, <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek/article/view/242>.

menyebabkan perubahan baik dari segi operasional usaha sampai bahan baku yang dipakai dampak tersebut diantaranya :

a) Produksi dan Distribusi

Hasil dari data penelitian yang telah dipaparkan menjelaskan bahwa dampak dari regulasi Pemerintah yang menerapkan PSBB membuat usaha dagang Jenang Karomah Kudus kurang maksimal dalam memasarkan produk, sehingga permintaan akan jenang menurun setiap harinya dan berdampak pada proses produksi jenang. Secara tidak langsung kebijakan pemerintah dalam upaya pencegahan meluasnya wabah Covid-19 dengan menerapkan PSBB justru menjadi bumerang bagi pemerintah sendiri karena dari yang semula dapat menjalankan aktivitas secara lancar kini menjadi terhambat. Perbandingan ini dirasakan oleh Jenang Karomah Kudus yang menyebutkan bahwa Jenang Karomah Kudus mengalami keadaan yang berbanding terbalik dari sebelum adanya pandemi Covid-19.

Jika pada masa sebelum pandemi Covid-19 mampu memproduksi hingga 105 kg setiap masakan, berbeda saat pandemi berlangsung produksi turun drastis hingga mencapai 35 kg, hingga proses produksi saat pandemi Covid-19 tidak dilakukan setiap hari melainkan hanya 2-3 kali proses produksi dalam seminggu.⁴¹ Dari segi pendistribusian, Jenang Karomah juga terhambat, disaat sebelum adanya Covid-19 toko masih ramai pembeli dan setelah adanya Covid-19 keadaan pemasaran menjadi sepi. Terbatasnya akses untuk pendistribusian barang ke daerah luar menyebabkan usaha dagang Jenang Karomah sesaat harus memberhentikan pengiriman jenang ke luar kota.⁴²

Yang menjadi menarik disini adalah jika dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh Tatik dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa UMKM yang sudah mengakui 96 % dari bisnisnya terkena dampak

⁴¹ Sugeng, Wawancara oleh penulis, 21 Agustus 2023, wawancara 3, transkrip

⁴² Ahmad Nuril Karim, Wawancara oleh penulis, 22 Agustus 2023, wawancara 6, transkrip

dari pandemi dan 75 % mengalami penurunan dalam volume penjualan. UMKM memilih untuk memberhentikan usahanya dan tutup untuk sementara waktu. 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 signifikan sekitar 75%.⁴³ Namun ini berbeda dengan Jenang Karomah yang memilih untuk tetap melanjutkan usaha akan tetapi produksi jenang dibatasi dengan jumlah yang disesuaikan permintaan konsumen saat pandemi Covid-19.

b) Penjualan

Diketahui bahwa karena peraturan yang semakin diperketat setelah adanya Covid-19 mula dari himbauan pemerintah untuk *stay at home*, *lockdown* hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar. Tentu hal ini menjadi sebab usaha dagang Jenang Karomah mengalami dampak penurunan penjualan yang sangat drastis. Terlebih lagi seperti yang kita ketahui bahwa penjualan yang merupakan kegiatan yang bersentuhan langsung dengan konsumen. Penjualan yang semakin menurun ini terlihat ketika toko mulai sepi dan konsumen memilih untuk menunda pembelian secara offline dikarenakan saat itu terjadi PSBB. Pandemi Covid-19 menyebabkan menyempitnya penjualan jenang yang semula dapat dilakukan penjualan sampai ke luar kota, sementara ketika terjadi pandemi penjualan luar kota tersebut dihentikan terlebih dahulu. Oleh karena itu kemudian Jenang Karomah Kudus menggantinya dengan penjualan secara online lewat *e-commerce* yaitu dengan menggunakan Shopee maupun menerima pesanan melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tik Tok. Cara ini dilakukan dengan harapan walaupun akses penjualan jenang terbatas tidak lantas menghentikan penjualan di Jenang Karomah Kudus.

Kondisi seperti ini tidak hanya dirasakan oleh usaha

⁴³ Tatik, "Analisis Pengambilan Keputusan Taktis Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Di Masa Pandemi Covid'19," 166.

dagang Jenang Karomah saja, ada banyak UMKM yang terkena imbas dari peraturan pemerintah ini. Seperti apa yang dipaparkan oleh Widiastuti dkk dalam penelitiannya yang mengambil sampel UMKM yang berada di Jawa Tengah menyebutkan bahwa dampak Covid-19 menyebabkan penurunan penjualan dari UMKM antara 50%-75%, tidak hanya itu sebagian besar pelaku usaha UMKM mengalami harga jual yang menurun sebagian besar 96% diberbagai level selama pandemi Covid-19. Kerentanan UMKM mampu mempertahankan usahanya hingga satu tahun kedepan berjumlah 33%, enam bulan hingga satu tahun berjumlah 30%, bertahan hingga satu tahun kedepan hingga 3 sampai 6 bulan berjumlah 19%. Dan sisanya dapat bertahan kurang dari satu bulan hingga tiga bulan kedepan, terhitung dari Desember 2020.⁴⁴

c) Pola Pemasaran

Pandemi Covid-19 membawa perubahan terhadap pola pemasaran di Jenang Karomah Kudus. Dari hasil penelitian disebutkan bahwa selama pandemi Covid-19 Jenang Karomah Kudus mencoba beradaptasi dengan perubahan pola pemasaran yang saat itu pemasaran produk dituntut untuk mengurangi pembatasan aktivitas masyarakat. Covid-19 juga menyebabkan ajang pameran yang biasa diikuti Jenang Karomah Kudus dalam rangka memasarkan produk kepada konsumen jadi ikut terhenti.

Perubahan pola pemasaran ini diantisipasi dengan mengubah pola pemasaran yang semula hanya dilakukan secara offline beralih menjadi online. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Tik Tok sebagai wujud langkah dari Jenang Karomah untuk tetap mempertahankan usaha dan mengusahakan untuk tetap menjalankan usaha walaupun ditengah keterbatasan untuk beraktivitas.

Melalui pemasaran yang telah maksimalkan, Jenang

⁴⁴ 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): 4, <https://doi.org/10.1088/1755-1315/887/1/012026>.

Karomah berupaya untuk memenuhi pelayanan yang baik serta menjaga loyalitas dari konsumen. Hal ini dikarenakan adanya pola pemasaran secara langsung berpengaruh terhadap adanya penjualan disebuah perusahaan. Dimana dengan pemasaran ini digunakan untuk menjalin komunikasi dengan para konsumen. Pemasaran dalam arti yang spesifik merupakan pemenuhan kebutuhan pelanggan demi suatu keuntungan, sehingga pola pemasaran dirasa sangat penting untuk bisa menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan.⁴⁵

d) Permodalan

Permodalan merupakan bagian yang penting dari keberlangsungan sebuah usaha. Tanpa modal yang cukup, tentu sebuah perusahaan kurang maksimal dalam menjalankan usahanya. Pandemi menyebabkan para pelaku UMKM mengalami kendala dalam permodalan dikarenakan jumlah penjualan yang menurun drastis akibat *lockdown* yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi permasalahan Covid-19. Secara langsung Covid-19 mengakibatkan kegiatan ekonomi ikut tersendat.⁴⁶

Begitupun yang dialami oleh Jeneng Karomah Kudus. Dari data yang ditemukan saat proses penelitian menyebutkan bahwa keadaan pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan jumlah penjualan yang berdampak pada pendapatan perusahaan. Akibatnya terdapat perubahan pada arus kas masuk dan arus kas keluar. Selama pandemi Covid-19, Jeneng Karomah Kudus hanya mengandalkan pendanaan lewat penghasilan toko yang pada waktu pandemi, Jeneng Karomah Kudus masih mengupayakan untuk buka. Disampaikan bahwa pandemi menyebabkan berkurangnya penjualan dari yang semula dalam sehari

⁴⁵ Soenarto, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Amus, 2004), pt. 5.

⁴⁶ Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19," pt. 90.

penjualan dapat mencapai 5 juta dalam sebulan akan tetapi selama pandemi Covid-19 pendapatan berkurang menjadi kurang lebih 1 juta dalam sebulan.

e) Bahan Baku

Hal yang menjadi bahan utama dalam perusahaan yakni terletak pada ketersediaan bahan baku untuk produksi. Pada waktu pandemi Covid-19 logistik pengiriman barang terbatas dan terhambat akibatnya keluhan ini banyak dirasakan oleh pelaku UMKM. Dari hasil survei yang dilakukan oleh Risyia Adelia menyatakan bahwa ada beberapa pelaku UMKM yang mengeluh karena terhambatnya distribusi barang hal ini membuat UMKM yang terpaksa mengurangi jumlah produksi dan mengakibatkan penurunan pendapatan.⁴⁷

Berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh Risyia tersebut, Jenang Karomah Kudus ternyata menyatakan hal yang berbeda, persediaan bahan baku selama pandemi Covid-19 masih tersedia dan hal ini tidak menyebabkan produksi menjadi terhambat. Sehingga Jenang Karomah Kudus masih dapat memproduksi jenang dan Jenang Karomah Kudus juga memastikan bahwa stock bahan baku dipastikan aman untuk jangka waktu yang lama.

f) Jam kerja Karyawan

Covid-19 tidak hanya menyebabkan penurunan dari segi proses produksi Jenang Karomah saja. Penurunan produksi menyebabkan terjadinya pengurangan jam karyawan. Terlebih lagi untuk bagian proses packing, saat adanya Covid-19 karena produksi jenang berkurang otomatis, bagian packing tidak dapat bekerja dan terpaksa sementara diliburkan terlebih dahulu. Dari hasil penelitian ada beberapa karyawan yang menyatakan bahwa pengurangan jam kerja karyawan berpengaruh terhadap pendapatan yang semakin berkurang. Hal ini menyebabkan gangguan terhadap aktivitas mereka

⁴⁷ Risyia Adelia et al., “Analisis Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Palembang,” *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 7, no. 2 (October 20, 2022): pt. 45, <https://doi.org/10.29100/JUPEKO.V7I2.2525>.

baik dari segi sosial maupun perekonomian.⁴⁸

Keluhan yang telah disampaikan oleh para karyawan di Jenang Karomah ini ternyata dirasakan juga kepada para buruh dan karyawan swasta di Indonesia. Bahkan yang lebih parahnya lagi banyak terjadi pemberhentian kerja secara sepihak oleh berbagai perusahaan menyebabkan terjadi kesenjangan yang meninggi ketika terjadi pandemi Covid-19.⁴⁹ Ada beberapa hal yang menyebabkan meningkatnya kesenjangan sosial dimasa pandemi Covid-19, diantaranya ketidaksiapan menerima perubahan, kebijakan pemerintah, serta pengaruh globalisasi.⁵⁰

Dari hasil analisis data yang telah dipaparkan diatas kemudian peneliti mengaitkan dengan pendekatan teori RBV. Melalui pendekatan RBV ini menyatakan bahwa suatu organisasi memerlukan pengelolaan serta memperkuat sumber daya yang dimiliki karena sumber daya dianggap sebagai aset penting dan kapabilitas yang berharga. Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki *base resourch* yang unik dan berbeda-beda itulah yang dijadikan ciri khas karena budaya dan lingkungan perusahaan memiliki suasana yang berbeda. Dari RBV ini menyatakan bahwa beberapa asset (sumber daya) kunci tertentu akan memberikan perusahaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.⁵¹

Dalam penelitian ini Jenang Karomah Kudus memaksimalkan sumber daya yang dimiliki untuk bisa bertahan dan memperkuat perusahaan disaat pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari pernyataan hasil analisis wawancara yang telah dilakukan kemudian peneliti menyimpulkan bahwa meski terjadi penurunan

⁴⁸ Sarini, Wawancara oleh Penulis, 22 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip

⁴⁹ <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/04/09/kesenjangan-sosial-di-masa-pandemi>, diakses pada 1 Oktober 2023.

⁵⁰ Anang Dony Irawan and Al Qodar Purwo Sulisty, "Pengaruh Pandemi Dalam Menciptakan Ketimpangan Sosial Ekonomi Antara Pejabat Negara Dan Masyarakat," *Jurnal Citizenship Virtues* 2, no. 1 (March 1, 2022): pt. 260, <https://doi.org/10.37640/jcv.v2i1.1184>.

⁵¹ Ghozali, *25 Grand Theory, Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*, pt. 157.

yang secara signifikan terjadi pada kegiatan operasional Jenang Karomah Kudus meliputi penurunan dari segi penjualan, distribusi, permodalan, pemasaran, hingga pengurangan jam kerja karyawan tidak turut serta menyebabkan perusahaan harus tutup secara permanen, peneliti melihat bahwa ada upaya yang dilakukan untuk bisa mempertahankan usahanya disaat pandemi Covid-19. Upaya ini terlihat dimana Jenang Karomah Kudus melakukan upaya bertahan melalui :

- a. Jumlah produksi menyesuaikan dengan kondisi permintaan konsumen, dimana ketika pandemi Covid-19 permintaan jenang yang menurun karena waktu itu pemerintah melarang adanya mudik.
- b. Jenang Karomah Kudus melakukan perubahan pola pemasaran yakni dengan beralih menggunakan pemasaran secara online yakni dengan menggunakan Shopee, media sosial Instagram, Facebook, Tik Tok dan pemesanan melalui WhatsApp
- c. Dari segi permodalan Jenang Karomah Kudus mengantisipasi dengan mempersiapkan dana cadangan
- d. Memastikan persediaan bahan baku aman tersedia dalam jangka waktu yang lama
- e. Pengurangan jumlah karyawan merupakan upaya agar Jenang Karomah Kudus melindungi karyawan dari pemutusan hubungan kerja yang saat pandemi Covid-19 adalah masalah utama terjadinya krisis ekonomi.

Dari hasil dari kesimpulan data tersebut, peneliti menemukan perbedaan dari jurnal terdahulu yang dilakukan oleh Angelina C Assa dkk dengan berjudul *“Strategi Pemulihan UMKM Yang Terdampak Covid-19 di Kota Manado”* yang menjelaskan bahwa permasalahan UMKM ketika terjadi pandemi mulai dari terjadinya penurunan jumlah produksi, jumlah permintaan barang yang berkurang, hingga penurunan jumlah bahan baku.⁵² Tidak hanya itu menurut sumber

⁵² Angelina C Assa et al., “Strategi Pemulihan Usaha Mikro, Kecil,

dari CNBC Indonesia menyebutkan bahwa semula terdapat sebanyak 64,7 juta pelaku UMKM pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 terjadi penurunan yang sangat tajam menjadi 34 juta pelaku UMKM. 30 juta diantaranya mengalami kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 ini.⁵³ Namun ada hal yang menarik dari penelitian dari usaha dagang Jenang Karomah Kudus. Walaupun ditengah merebaknya Covid-19, disaat UMKM yang lain sulit untuk mendapatkan bahan baku, tapi untuk persediaan bahan baku membuat jenang dari usaha dagang Jenang Karomah Kudus masih terjaga dan berkurangnya jumlah produksi jenang dikarenakan menurunnya jumlah permintaan dari konsumen akibat tidak adanya mudik. Selain itu yang menariknya disini adalah pengelolaan dana modal perusahaan yang digunakan oleh Jenang Karomah Kudus sepenuhnya bersumber dari hasil penjualan selama pandemi Covid-19. Meski tanpa bantuan modal dana intensif dari pemerintah, Jenang Karomah Kudus masih tetap mempertahankan usahanya. Dari adanya hal tersebut, ini dapat digunakan contoh untuk perusahaan lain agar berusaha memaksimalkan penjualan meskipun ditengah pandemi Covid-19. Berbagai cara dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus untuk bisa memaksimalkan penjualan, seperti melakukan penjualan melalui online lewat Instagram, Facebook, Shopee, maupun pemesanan lewat WhatsApp.

Para pelaku UMKM terutama usaha dagang Jenang Karomah Kudus harus dapat melakukan berbagai strategi agar bisnis yang mereka jalankan tetap bertahan. Strategi tersebut dapat berupa konsisten mempertahankan strategi yang dijalankan saat terjadi pandemi Covid-19. Upaya mempertahankan strategi yang dilakukan saat pandemi Covid-19 dapat menjadi opsi bagi usaha dagang Jenang Karomah Kudus maupun perusahaan lain untuk bisa

Menengah (UMKM) Yang Terdampak Covid-19 Di Kota Manado,” *Productivity* 4, no. 3 (March 20, 2023): 290, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/47298>.

⁵³ <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210326144212-4-233127/sad-30-juta-umkm-gulung-tikar-karena-corona>, diakses pada 1 Oktober 2023

melanjutkan usahanya. Wujud implementasi dari gagasan ini adalah dimana perusahaan dapat menjalankan usaha dengan konsisten dari masa kemasa. Apabila sebuah perusahaan dapat mempertahankan konsistensinya didunia usaha, perusahaan tersebut akan mampu bertahan sekalipun dikedadaan yang sangat krisis. Dengan sikap konsisten, perusahaan yang mengalami penurunan kemungkinan besar dapat bangkit kembali bahkan akan lebih besar dan hebat. Hal ini dikarenakan sikap konsisten mempunyai kekuatan tersendiri, dan membuat sesuatu yang telah diyakini akan memberikan semangat lebih.⁵⁴

Upaya mempertahankan strategi diatas dapat ditambah dengan terus memperluas wawasan seperti mengikuti informasi perubahan terhadap kondisi pasar baik didalam negeri maupun luar negeri serta mengikuti perkembangan zaman dimana semakin tahun teknologi yang semakin canggih. Sehingga dengan mengikuti strategi tersebut, perusahaan akan terus maju dan mampu beradaptasi dengan perubahan.

Peran pemerintah disini juga sangat diperlukan, pemerintah harus menyiapkan dana intensif agar para pelaku UMKM dapat terus bertahan dimasa pandemi Covid-19. Selain itu, pemerintah juga harus menekan stimulus ekonomi agar menjangkau semua pelaku UMKM. Dana stimulus ini seharusnya juga membuat pelaku UMKM bisa terus hidup, tidak hanya mengurangi beban biaya UMKM saja. Perlu langkah cepat, tepat, dan nyata untuk menyelamatkan perekonomian dari pandemi Covid-19.

Kesimpulan dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan yaitu dampak Covid-19 memberikan pengaruh yang begitu luar biasa terhadap keberlangsungan usaha. Mulai dari pengurangan jumlah produksi, pengurangan jumlah permintaan jenang, proses distribusi terhenti,

54

<https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2017/07/kekuatan-konsistensi-dalam-berbisnis/#:~:text=Dengan%20adanya%20sikap%20konsisten%2C%20sang,bahk an%20lebih%20besar%20dan%20hebat.> Diakses pada 1 Oktober 2023

hingga pengurangan jam kerja karyawan. Namun dibalik penurunan akibat pandemi Covid-19, implemenstasi diwujudkan dalam bentuk tetap mempertahankan usaha dimasa yang akan datang sehingga alangkah baiknya apabila jika usaha dagang Jenang Karomah Kudus dapat mempergunakan gagasan yang telah peneliti sampaikan, bahwa nantinya dapat dipergunakan oleh perusahaan lain maupun Jenang Karomah Kudus sendiri untuk upaya yang dapat dilakukan ketika suatu saat dimasa yang akan datang terjadi hal yang serupa pandemi Covid-19 sehingga perusahaan dapat meminimalisir kerugian yang terjadi ketika pandemi Covid-19 agar keberlangsungan usaha juga tetap terjaga dan tidak secara langsung dapat melumpuhkan kegiatan usaha dari Jenang Karomah Kudus.

2. Analisis Upaya Yang Dilakukan Usaha Dagang Jenang Karomah Kudus Dalam Memulihkan Ekonomi Akibat Dari Pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 yang terjadi sangat memberikan dampak bagi para pelaku UMKM terutama bagi usaha dagang Jenang Karomah Kudus dan memaksa memutar otak untuk memulihkan usaha mereka. Jenang Karomah Kudus memperkuat usaha dengan sumber daya yang dimiliki. Dengan cara ini Jenang Karomah Kudus mengusahakan untuk bisa memulihkan usaha mereka walaupun belum pulih untuk sepenuhnya. Berikut merupakan upaya yang dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus dalam memulihkan usaha pasca pandemi Covid-19 diantaranya :

1. Perbaikan Kualitas Produk dan Layanan

Dampak dari pandemi Covid-19 menyebabkan konsumen lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan dibeli. Terjadi penurunan kepercayaan konsumen terhadap barang atau jasa yang dijual oleh pelaku usaha. Untuk itu Jenang Karomah melakukan upaya untuk mengembalikan keadaan tersebut dengan memperbaiki kualitas produk dan layanan.

Upaya Jenang Karomah Kudus dalam memperbaiki kualitas produk yaitu dengan

mempertahankan citarasa produk dan membuat inovasi varian rasa baru pada jenang. Dengan cara ini Jenang Karomah mengharapkan agar konsumen dapat tertarik dan kembali membeli jenang. selaiun itu inovasi yang baru ini ditujukan agar memberikan nilai yang lebih pada Jenang Karomah dibanding dengan produk pesaing lain.

Kualitas produk disini diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk itu Jenang Karomah Kudus dimasa pasca pandemi Covid-19 ini perlu memperhatikan dimensi kualitas produk dan memperbaiki produk agar semakin menambah kepercayaan konsumen. Selain adanya perbaikan produk, hal yang perlu diperhatikan lagi yakni dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Jenang Karomah Kudus mengupayakan untuk memperbaiki dan menambah pelayanan yaitu dengan menyediakan pelayanan baik secara offline maupun online. Pelayanan secara offline dilakukan dengan melayani para konsumen secara langsung lewat toko sedangkan secara online dilakukan yaitu dengan menggunakan sosial media, e-commerce, maupun pelayanan pre-order lewat WhatsApp. Adanya perbaikan kualitas dan pelayanan yang dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus sebagai bentuk loyalitas yang diberikan kepada kosumen yang nantinya menciptakan kepuasan bagi para konsumen dan berdampak pula pada peningkatan penjualan guna pemulihan usaha.

Sehubungan dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tripayana menyatakan bahwa peningkatan kualitas produk dan layanan berpengaruh positif untuk membentuk kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen bagi para pelaku UMKM.⁵⁵

⁵⁵ Satya Tripayana and Jaya Pramono, "Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali," *JEMAP* 2, no. 2 (January 23, 2020): pt. 182, <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2266>.

2. Digital Marketing

Dampak pandemi Covid-19 menyebabkan menurunnya omset penjualan bagi para UMKM. Berkurangnya jumlah permintaan konsumen memuntut pelaku UMKM untuk bisa memasarkan produk secara maksimal dan berfikir secara kreatif dan inovatif. Untuk itu Jenang Karomah Kudus melakukan adanya digital marketing.

Digital marketing sendiri merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar serta pembaruan sistem penjualan yang dapat dilakukan secara online. Jenang Karomah Kudus berupaya memulihkan usaha dengan memanfaatkan perkembangan digital yang semakin canggih. Cara pemasaran digital yang sering dimanfaatkan oleh Jenang Karomah Kudus adalah dengan menggunakan media sosial seperti memasarkan produk melalui Instagram, Facebook, serta aplikasi WhatsApp. Selain itu, munculnya bisnis start-up yang ikut menjembatani Jenang Karomah Kudus sehingga dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk menjadi lebih luas. Contoh bisnis Start-up yang digunakan Jenang Karomah Kudus ini adalah Shopee.

Bentuk pemasaran digital di Jenang Karomah Kudus dilakukan dengan cara memposting gambar produk yang disertai keterangan produk, menyertakan review produk, membuat narasi singkat tentang produk, dan mengenalkan lebih terhadap kualitas produk. Cara ini dilakukan dengan tujuan agar terjadi kesadaran merek dan dapat mempengaruhi daya tarik pembelian konsumen.

Pemasaran digital merupakan trobosan baru bagi para UMKM agar penjualan lebih meningkat, oleh karena itu para UMKM terutama bagi Jenang Karomah Kudus harus menerapkan hal baru ini. Seperti yang disampaikan oleh Purwana dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelaku usaha terutama UMKM harus mau mencoba hal baru dan menumbuhkan keberanian untuk dapat mengembangkan usahanya, terutama setelah

pandemi Covid-19 berakhir.⁵⁶

3. E-Commerce

Pandemi Covid-19 mempercepat perubahan perilaku berbelanja masyarakat dari sistem langsung ditoko menjadi sistem *online*. Untuk memperluas area pemasaran layanan *e-commerce* dapat dimanfaatkan terutama bagi para pelaku UMKM. *E-commerce* merupakan proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen. Adanya *e-commerce* dapat menjangkau dan memperluas lebih banyak konsumen dan pangsa pasar. *E-commerce* memiliki dampak langsung pada hubungan perusahaan atau pemasok, pelanggan, pesaing dan dapat dengan mudah melakukan pemasaran produk maupun mengadopsi cara pemasaran pelaku bisnis lainnya.⁵⁷

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Jeneng Karomah Kudus dalam memulihkan keadaan pasca pandemi Covid-19 yakni dengan memanfaatkan *e-commerce* sebagai media untuk bisa menjangkau lebih luas konsumen. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, platform *e-commerce* yang digunakan oleh Jeneng Karomah Kudus adalah Shopee.

Peran *e-commerce* untuk memulihkan usaha dinilai sangat efektif dilihat dari semakin banyaknya pengguna online dikalangan masyarakat Indonesia terlebih lagi saat pandemi berlangsung. Dilansir dari Kementerian Koordinator Bidang Ekonomi menyampaikan bahwa transaksi *e-commerce* memberikan kontribusi terbesar bagi ekonomi digital, dimana pada 2021 lalu nilainya meningkat mencapai US\$53 miliar. Jumlah ini akan terus meningkat diprediksi sampai US\$104 miliar pada tahun 2025,

⁵⁶ Dedi Purwana, R Rahmi, and Shandy Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 1 (May 17, 2017): pt. 2, <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>.

⁵⁷ Dahlia Amelia, "Strategi Pemulihan Bisnis Micro Pasca Pandemi Covid-19: Startegi, Bisnis Micro, Pandemi Covid-19," *Jurnal Fokal Penelitian Manajemen & Sekretari* 1, no. 1 (December 21, 2022): pt. 13, <https://jurnal.utpas.ac.id/index.php/jfomas/article/view/5>.

dengan level pertumbuhan 18%.⁵⁸

4. *Customer Relationship Marketing* (CRM)

Membangun kembali *Customer Relationship Marketing* (CRM). Hal ini dilakukan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam upaya memulihkan keadaan pasca Covid-19. Dimasa Covid-19 pendistribusian barang menjadi terhambat dan tentunya menjadikan hubungan kepada konsumen juga merengang.

Customer relationship marketing merupakan sebuah konsep dimana pelaku usaha menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan, yaitu dengan mempertahankan hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun transaksi ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan. Hingga pada akhirnya pelaku usaha menciptakan kepuasan bagi para pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.⁵⁹

Hal ini dilakukan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam upaya memulihkan keadaan pasca Covid-19. Dimasa Covid-19 pendistribusian barang menjadi terhambat dan tentunya menjadikan hubungan kepada konsumen juga merengang. Dalam hal ini, strategi CRM diterapkan usaha dagang Jenang Karomah Kudus yaitu dengan cara menjaga hubungan baik dengan konsumen yang membeli dengan pelayanan yang ramah, sopan, dan praktis. Ditambah dengan memberikan tester kepada konsumen agar konsumen dapat mencoba berbagai macam rasa jenang.

Tetap memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen yang datang untuk membeli jenang merupakan upaya Jenang Karomah Kudus dalam meningkatkan lagi *Customer Relationship Marketing* (CRM). Imbas dari adanya perbaikan *Customer Relationship Marketing* (CRM) ini setelah pandemi

⁵⁸<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3978/akselerasi-ekonomi-digital-pada-e-commerce-dan-online-travel-menjadi-salah-satu-strategi-efektif-mendorong-kinerja-perekonomian-nasional>, diakses pada 1 Oktober 2023

⁵⁹ Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19," pt. 96.

memberikan kepuasan bagi para konsumen. Jika pelayanan baik, maka secara tidak langsung konsumen memberikan respon yang *positive* dan tentunya akan memuaskan bagi konsumen, maka konsumen dengan sendirinya akan loyal ketika membeli produk.

Hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hatane Semuel menyatakan bahwa CRM membangun loyalitas dari pelanggan dan dari loyalitas ini meningkatkan profitabilitas perusahaan jangka panjang. Semakin baik kualitas hubungan dengan pelanggan semakin baik pula kemampuan peningkatan kinerja pemasarannya.⁶⁰

5. Permodalan

Melihat semakin menurunnya pendapatan yang diterima oleh Jenang Karomah Kudus selama Covid-19 menyebabkan modal yang dimiliki untuk melanjutkan usaha juga ikut menyusut, oleh karena itu dalam rangka memulihkan modal usaha pasca Covid-19, Jenang Karomah Kudus mengeluarkan langkah startegis yaitu dengan meningkatkan penjualan, melalui penjualan yang semakin meningkat setelah pasca pandemi Covid-19 Jenang Karomah Kudus bahwa pendapatan akan meningkat, cara ini secara langsung akan mengembalikan modal yang sempat menurun akibat pandemi Covid-19.

Upaya Jenang Karomah Kudus dalam mengembalikan modal seperti semula adalah upaya yang dilakukan dengan tujuan tetap mempertahankan dan melanjutkan perusahaan. Modal sangat penting untuk diperhatikan, terutama dari segi perputaran modal maupun arus kas perusahaan, karena modal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha. Hal ini sependapat dengan Mitha dalam jurnalnya yang menyebutkan kegiatan operasional

⁶⁰Hatane Semuel, "CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PERBANKAN NASIONAL," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7, no. 1 (April 1, 2012): pt. 34, <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.33-41>.

perusahaan sangat berkaitan dengan pengelolaan modal. Modal perlu dikelola secara efektif dan efisien melalui perputaran arus kas, dan perputaran piutang. Sehingga dengan cara seperti ini perusahaan akan mencapai dan meningkatkan keuntungan dan profitabilitas perusahaan. Dengan demikian keberlangsungan hidup perusahaan akan tetap terjaga.⁶¹

Pandemi Covid-19 memberikan dampak begitu besar bagi UMKM terutama bagi Jenang Karomah Kudus. Berbagai upaya pemulihan pasca pandemi Covid-19 dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus guna mengembalikan usaha seperti semula sebelum pandemi Covid-19 menyerang di Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus diantaranya :

- a. Melakukan perbaikan kualitas produk dan layanan perusahaan
- b. Pemasaran produk lewat *digital marketing*
- c. Memanfaatkan e-commerce sebagai media untuk bisa menjangkau lebih luas konsumen
- d. Membangun kembali *Customer Relationship Marketing* (CRM) kepada para konsumen.
- e. Perbaikan modal dilakukan dengan semakin meningkatkan penjualan.

Dari hasil kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan, penelitian sesuai dengan jurnal terdahulu yang dilakukan oleh Ika Fitriyani menyebutkan bahwa strategi bisnis pasca Covid-19 bagi pelaku UMKM dapat memberikan peningkatan dan pengembangan keberlanjutan usaha yang baik dengan menerapkan penguatan manajemen dibidang pemasaran, SDM, keuangan, dan operasional sebagai langkah strategis untuk menciptakan eksistensi usaha yang efisien dan efektif.⁶²

Melalui upaya pemulihan yang dilakukan oleh

⁶¹ Ginting, "PERANAN MODAL KERJA DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS," pt. 196.

⁶² Dietmar Sternad, Melanie Krenn, and Stefanie Schmid, "Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19," *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities* 1, no. 2 (May 18, 2020): pt. 87, <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1300054>.

Jenang Karomah Kudus, peneliti melihat bahwa upaya tersebut masih secara umum, umum disini diartikan bahwa Jenang Karomah Kudus dengan cara sederhana dengan memaksimalkan sumber daya internal yang dimiliki dalam melakukan upaya pemulihan bisnis. Namun yang menjadi menarik disini adalah meskipun dengan dana modal yang terbilang hanya cukup untuk perputaran usaha, Jenang Karomah Kudus sampai detik ini dapat mempertahankan usaha dan berusaha bangkit untuk melanjutkan dan mengembangkan usahanya.

Berkaitan dengan minimnya modal, peneliti memberikan gagasan bahwa seharusnya hal tersebut dapat diantisipasi oleh Jenang Karomah Kudus dapat menyiapkan dana cadangan. Dana cadangan disini merupakan sejumlah uang yang diperoleh dari penyisihan sisa hasil usaha yang dipergunakan untuk menambah modal pokok perusahaan dalam menjalankan aktifitas operasional perusahaan. Dilansir dari Otoritas Jasa Keuangan, setiap perusahaan perlu menyiapkan dana cadangan jauh-jauh hari untukantisipasi kerugian sehingga tidak perlu menggadai apapun atau mencari pinjaman.⁶³ Oleh Karena itu dana cadangan ini perlu dipertimbangkan agar mulai dari sekarang perusahaan menyisihkan dana yang khusus untuk dipersiapkan sebagai dana cadangan dan nantinya perusahaan mampu bertahan serta dapat dengan mudah untuk *survival* sekalipun dikeadaan yang sulit seperti terjadi pandemi Covid-19 maupun krisis ekonomi.

Selain menyiapkan dana cadangan, upaya lain yang dapat digunakan untuk pemulihan bisnis pasca pandemi Covid-19 sehingga pemulihan perusahaan dapat cepat untuk bangkit dan melanjutkan usahanya, Jenang Karomah Kudus maupun perusahaan lain dapat ditambah dengan melakukan evaluasi startegi perusahaan. Evaluasi strategi merupakan rangkaian proses dimana meyakinkan

⁶³<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10428#:~:text=Dana%20cadangan%20untuk%20antisipasi%20kerugian%20sehingga%20tidak%20perlu%20menggadaikan%20apapun%20atau%20mencari%20pinjaman,> diakses pada 1 Oktober 2023

tim manajemen bahwa pemilihan strategi sudah pasti dapat dijalankan. Semua strategi dapat berubah seiring berjalannya waktu dapat disebabkan pula oleh faktor-faktor eksternal maupun internal perusahaan.⁶⁴

Evaluasi tidaklah akhir dari sebuah proses, justru merupakan sebuah awal yang akan menjadi bahan pertimbangan selanjutnya karena pada dasarnya evaluasi ini adalah proses yang berkelanjutan. Apabila suatu perusahaan menjalankan evaluasi strategi ini perusahaan dapat menyesuaikan strategi yang akan dijalankan dimasa yang akan datang. Tujuan evaluasi ini dimaksudkan agar perusahaan dapat membenahi apa yang sekiranya perlu dilakukan perbaikan. Manfaat lain dari adanya evaluasi yakni sebagai tindak lanjut dalam pencapaian target yang telah ditetapkan perusahaan.⁶⁵

Kesimpulan dari hasil penelitian memperoleh data yakni mengenai upaya yang dilakukan usaha dagang Jenang Karomah Kudus pulih dari pandemi Covid-19 yaitu dengan melakukan perbaikan kualitas produk dan layanan perusahaan, pemasaran produk lewat digital marketing, memanfaatkan e-commerce sebagai media untuk bisa menjangkau lebih luas konsumen, membangun kembali *Customer Relationship Marketing* (CRM), serta melakukan perbaikan modal lewat peningkatan penjualan. Meskipun dalam implementasinya untuk memulihkan kembali usaha, Jenang Karomah Kudus menggunakan minimnya modal tidak menyurutkan niat untuk terus bangkit dan melanjutkan usahanya, oleh karena itu peneliti memberikan gagasan yaitu mempersiapkan adanya dana

⁶⁴ Andri Muhamad Nuroni and Rendi Adiguna, "Evaluasi Strategi Pada PT Elco Indonesia Sejahtera Menggunakan Analisis Servo," *Jurnal Wacana Ekonomi* 16, no. 3 (July 25, 2017): pt. 157, <https://doi.org/10.52434/JWE.V16I3.405>.

⁶⁵ H. Kurt Christensen srivasatava, Rajendra S Kumar, Liam Fahey, "The Resource-Based View and Marketing: The Role of Market- Based Assets in Gaining Competitive AdvantageBased Assets in Gaining Competitive Advantage," *Journal of Management Research Collection Lee Kong Chian School Of Business* 27, no. 6 (2001): pt. 777, https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/1257.

cadangan berupa tabungan khusus yang disisihkan guna biaya operasional perusahaan dan melakukan adanya evaluasi strategi perusahaan, evaluasi ini dapat dilakukan dengan mengkaji ulang landasan strategi maupun dengan mengukur keberhasilan kinerja perusahaan. Implikasi dari penelitian ini diharapkan kedepannya Jenang Karomah Kudus dapat pulih dan bisa selalu berkembang karena dapat membantu perekonomian di Indonesia. Karena adanya UMKM akan banyak membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan membuka peluang usaha baru untuk bisa bangkit serta lebih mengembangkan usahanya agar lebih baik lagi.

3. Analisis Strategi Yang Dilakukan Usaha Dagang Jenang Karomah Kudus Dalam Meningkatkan Perekonomian Pasca Pandemi Covid-19

Pasca pandemi Covid-19 adalah momentum dimana perekonomian kembali ditingkatkan dari imbas penurunan yang telah terjadi. Setelah dilonggarkannya peraturan pembatasan perilaku oleh pemerintah, perusahaan kembali menyusun strategi atau langkah guna meningkatkan perekonomian mereka. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, upaya peningkatan perekonomian juga dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus. Pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan yang sangat signifikan terhadap penjualan dan berdampak pada kemerosotan modal mengaruskan Jenang Karomah Kudus memutar otak untuk bisa menjalankan usahanya kembali.

Dalam penelitian ini Jenang Karomah Kudus memperkuat sumber daya yang dimiliki melalui pendekatan RBV serta meninjau dari aspek faktor peningkatan perekonomian untuk memulihkan keadaan usahanya dari pandemi Covid-19. Hasil temuan penelitian yang dilakukan kepada Jenang Karomah Kudus pasca pandemi Covid-19 dalam upaya peningkatan perekonomian dilakukan dengan cara yaitu memperkuat sumber daya dalam segi fisik serta pelayanan, strategi tersebut diantaranya sebagai berikut :

a. Memastikan supplay bahan baku terjamin

Bahan baku merupakan termasuk dalam kategori SDA dimana SDA ini terlibat langsung kepada kegiatan operasional produksi perusahaan. Keberlangsungan operasional produksi perusahaan dipengaruhi oleh adanya ketersediaan bahan baku yang dimiliki. Dengan optimalnya supplay bahan baku, maka kapasitas produksi dapat terus ditingkatkan. Oleh karena itu dalam meningkatkan perekonomian Jenang Karomah Kudus mengatur strategi yaitu dengan memastikan supplay bahan baku jenang terjamin.

b. Meningkatkan produktivitas karyawan

Seiring menurunnya pandemi Covid-19, permintaan akan produk jenang mulai menambah karena mudik diperbolehkan sehingga Jenang Karomah Kudus mulai meningkatkan produktivitas karyawan kembali. Strategi peningkatan merupakan langkah awal agar jam kerja karyawan menjadi normal kembali seperti semula. Produksi yang mulai berjalan kembali seperti semula menyebabkan jam kerja karyawan mulai ditambah. Bukan hanya bagian produksi, bagian packing, penjualan serta distribusi mulai ditingkatkan kembali kinerjanya. Dari sini terlihat bahwa peningkatan perekonomian dapat dimulai dengan membenahi sistem sumber daya manusia.

Lewat SDM ini Jenang Karomah Kudus lebih memaksimalkan dan mengevaluasi kinerja selama pandemi Covid-19. Dari penelitian yang dilakukan oleh Ari Anggarani dkk dalam jurnalnya menyebutkan bahwa salah satu faktor perekonomian yang penting dapat kita maksimalkan dalam mengelolanya yakni SDM. SDM ini menentukan keberhasilan dari suatu usaha. Maju dan tidaknya suatu perusahaan disebabkan pula oleh kualitas SDM tersebut.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Dila Fitriani dalam jurnalnya menyebutkan bahwa situasi pasca pandemi diperlukan perbaikan dan pemanfaatan sumber daya secara efektif untuk melakukan pemulihan ekonomi, dalam hal ini sumber daya ekonomi melalui peningkatan SDM turut berperan penting dalam

memulihkan dan membangkitkan sektor ekonomi untuk kembali memacu perkembangan bisnis.⁶⁶

c. Membuat inovasi produk

Inovasi disiapkan oleh Jenang Karomah Kudus sebagai strategi dalam memulihkan keadaan pasca Covid-19, tujuan dari adanya inovasi produk yakni untuk memperkuat posisi di pasar dengan menyediakan banyak pilihan produk. Selain itu inovasi menarik minat para konsumen untuk datang mencoba produk yang baru tersebut. Dalam hal ini inovasi yang dibuat oleh Jenang Karomah Kudus yakni dengan membuat varian rasa yang baru.

Inovasi produk baru ini tidak hanya soal rasa namun soal kualitas serta desain produk jenang ikut diperbarui. Peran inovasi produk dalam hal peningkatan perekonomian yaitu dapat membantu perusahaan menemukan cara baru untuk meningkatkan produktivitas, serta meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan dan yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa pelaku UMKM terutama Jenang Karomah Kudus harus tetap fokus pada kebutuhan konsumen dan selalu berinovasi sesuai perubahan preferensi dan perilaku konsumen.⁶⁷

d. Meminjam dana bank

Dari segi perputaran modal Jenang Karomah Kudus menggunakan bantuan pinjaman dana bank untuk bisa memulihkan usahanya. Cara ini dirasa paling efektif daripada harus menggadai barang. Bagi pelaku usaha seperti Jenang Karomah Kudus pasca pandemi Covid-19 belum sepenuhnya bisa untuk pulih, dibutuhkan penyesuaian serta tahapan untuk mengembalikan modal perusahaan seperti semula.

Jenang Karomah Kudus memanfaatkan dana pinjaman dari bank karena terkait adanya program

⁶⁶ Dila Fitriani Enjelina Nur Maykasari Safitri Daffa Rizky Hidayat et al., "Peranan Sumber Daya Ekonomi Dalam Pembangunan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19," *Jurnal LOGIC (Logistics & Supply Chain Center)* 1, no. 2 (2022): pt. 43, <https://journal.widyatama.ac.id/index.php/logic/article/view/968>.

⁶⁷ Aliyani Firdaus et al., "Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal," pt. 57.

restrukturisasi kredit/pembiayaan. program restrukturisasi ini tengah dilakukan oleh perbankan guna memudahkan para pelaku UMKM terutama bagi Jenang Karomah Kudus. Restrukturisasi kredit memberikan dampak yang cukup baik, hal ini disampaikan oleh Sony dalam penelitiannya menyebutkan bahwa restrukturisasi kredit memberikan tingkat kepuasan yang cukup baik bagi para nasabah. Program ini perlu dilanjutkan untuk mempertahankan pemulihan ekonomi nasional.

e. Promosi produk

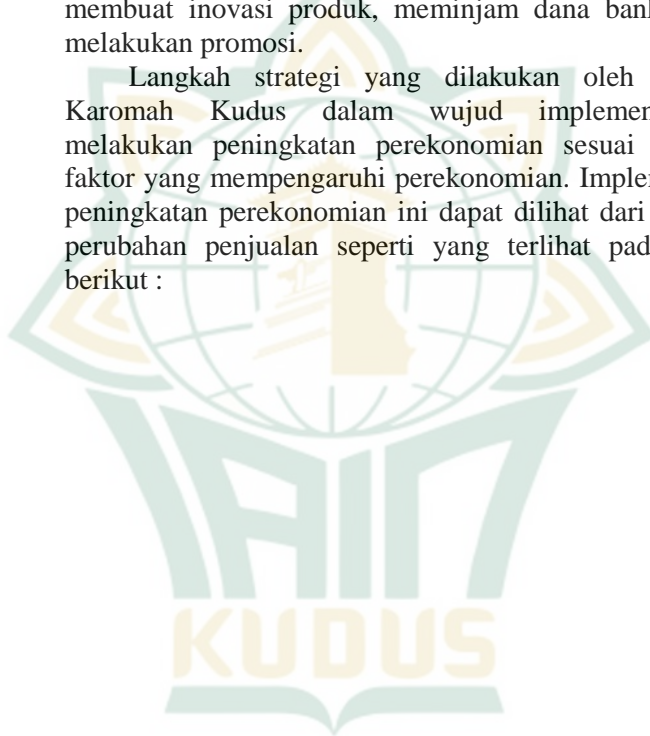
Jenang Karomah Kudus menggunakan media sosial untuk menginformasikan dan berkomunikasi dengan konsumen, media sosial yang sering digunakan antara lain Instagram, Facebook, dan Tik Tok. Beberapa platform ini cukup efektif apabila digunakan dalam menginformasikan seluruh produk dan berinteraksi dengan konsumen. Jenang Karomah Kudus juga menggunakan WhatsApp guna memudahkan konsumen untuk mengakses, dan membuat grub khusus guna mengirim katalog produk untuk pelanggan setia. Selain itu penggunaan media sosial digunakan untuk mempromosikan produk dengan membuat konten yang menarik sehingga dengan cara ini secara tidak langsung akan membuat konsumen akan lebih tertarik dan membeli produk Jenang Karomah Kudus.

E-commerce juga dimanfaatkan oleh Jenang Karomah Kudus untuk menjual produk mereka ke seluruh Indonesia. *E-commerce* seperti Shopee digunakan oleh Jenang Karomah Kudus karena peminat pengguna aplikasi ini paling diminati dan area pangsa pasar lebih luas. Selain itu aplikasi marketplace ini mudah untuk digunakan dan memberikan rasa aman dalam hal pembayaran, karena marketplace tersebut akan mentransfer uang yang dibayarkan dari konsumen ketika produk mereka telah sampai ke tangan konsumen. Jenang Karomah Kudus merasakan manfaat penggunaan *e-commerce* karena dengan adanya ini dapat menambah pendapatan mereka.

Adanya pandemi Covid-19 membuat hampir semua pelaku UMKM mengalami nasib yang serupa dan tak

terkecuali pada Jenang Karomah Kudus yang merasakan penurunan pendapatan yang sangat drastis dan menyebabkan perekonomian lumpuh untuk sementara waktu. Namun disisi lain, Jenang Karomah Kudus tidak tinggal diam menghadapi penurunan ini, semua upaya dilakukan untuk mengembalikan perekonomian seperti semula. Strategi yang dilakukan diantaranya dengan kembali meningkatkan produktivitas karyawan, membuat inovasi produk, meminjam dana bank, serta melakukan promosi.

Langkah strategi yang dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus dalam wujud implementasinya melakukan peningkatan perekonomian sesuai dengan faktor yang mempengaruhi perekonomian. Implementasi peningkatan perekonomian ini dapat dilihat dari adanya perubahan penjualan seperti yang terlihat pada tabel berikut :



Tabel 4.1 Laporan Penjualan UD. Jenang Karomah Kudus Periode Januari s/d Desember Tahun 2019-2022

Bulan/Tahun	2019	2020	2021	2022
	Sebelum Covid-19	Covid-19	Covid-19	Pasca Covid-19
Januari	Rp70.130.500	Rp42.650.500	Rp28.913.500	Rp61.310.400
Februari	Rp65.895.000	Rp33.670.500	Rp26.090.000	Rp55.424.000
Maret	Rp57.842.500	Rp31.550.000	Rp30.910.000	Rp64.954.000
April	Rp85.905.000	Rp30.330.000	Rp54.290.500	Rp190.910.900
Mei	Rp205.645.000	Rp48.990.500	Rp29.110.000	Rp84.045.500
Juni	Rp75.235.000	Rp29.885.500	Rp28.540.000	Rp53.508.900
Juli	Rp169.950.000	Rp36.890.000	Rp24.130.500	Rp130.003.500
Agustus	Rp50.430.000	Rp34.750.500	Rp35.880.000	Rp40.333.500
September	Rp66.965.000	Rp29.850.000	Rp41.423.000	Rp56.203.000
Oktober	Rp89.700.000	Rp25.550.000	Rp36.150.000	Rp66.519.000
November	Rp55.755.000	Rp38.540.000	Rp42.650.000	Rp52.501.600
Desember	Rp68.850.000	Rp40.080.000	Rp53.760.500	Rp100.962.000
Total Penjualan	Rp1.062.303.000	Rp422.737.500	Rp431.848.000	Rp956.676.300

Sumber : (Data Primer yang diolah, 2023)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebelum adanya Covid-19 penjualan tertinggi mencapai Rp 205.645.000. Setelah Covid-19 masuk ke Indonesia dan penurunan mulai terlihat bahwa penjualan turun mencapai angka Rp 24.130.500. Kemudian ketika angka penyebaran Covid-19 di Indonesia mulai menurun, penjualan berangsur pulih hal ini terlihat bahwa pada Januari Tahun 2022 penjualan mencapai angka Rp 61.310.400 dan pada penjualan di Jenang Karomah Kudus tertinggi dapat mencapai Rp 190.910.900.

Jenang Karomah Kudus kembali memulihkan perekonomian dimulai dari perbaikan sumber daya manusia yaitu dengan kembali meningkatkan produktivitas karyawan. Strategi ini lebih dahulu dilakukan karena mengingat bahwa Manusia merupakan bagian terpenting dalam pertumbuhan ekonomi manusia menjadi pengelola sumber daya alam yang semula dari barang mentah menjadi barang siap pakai. Diperlukan manusia dengan kompetensi dan keseriusan dalam melakukan hal tersebut.

Selain itu untuk meraih pertumbuhan ekonomi yang lebih meningkat lagi, keberadaan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat berperan didalamnya. Adanya teknologi membantu manusia untuk memudahkan proses pengelolaan SDM agar dimanfaatkan secara optimal. Dalam hal ini Jenang Karomah Kudus berusaha mengikuti perkembangan teknologi yaitu dengan beralih yang dahhulunya pemasaran dilakukan hanya secara offline sekarang ditambah dengan pelayanan secara online dengan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, serta Shopee.

Sistem pemerintah merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan perekonomian suatu negara karena sistem pemerintahan membentuk sistem ekonomi pula jadi keduanya sangat erat kaitannya. Contoh sistem pemerintah yang dikeluarkan pasca pandemi Covid-19 ini adalah dengan adanya stimulus restrukturisasi kredit/pinjaman/pembiayaan. Dimana program ini dinilai sangat bermanfaat bagi para pelaku UMKM terutama

bagi Jenang Karomah Kudus.

Berkaitan dengan hasil data penelitian, peneliti disini memberikan gagasan bahwa untuk menunjang peningkatan perekonomian bagi Jenang Karomah Kudus harus menerapkan strategi keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya dalam sebuah perusahaan. Strategi keunggulan bersaing sendiri bertumpu pada pola pikir perusahaan untuk menawarkan produk yang berbeda dari produk perusahaan lain. Baik dilihat dari segi harga, kualitas, inovasi yang unggul serta memiliki layanan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Strategi keunggulan bersaing dapat menjadi tameng atau suatu bentuk pertahanan dari para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya agar lebih baik lagi. Salah satu keuntungan dari adanya keunggulan bersaing ini adalah adanya peningkatan pendapatan yang nantinya berdampak pula pada peningkatan perekonomian. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Selain itu untuk sebagai penunjang baik Jenang Karomah Kudus ataupun perusahaan lain dapat menerapkan digitalisasi transaksi. Transaksi yang berbentuk digital ini merupakan akses pembayaran nontunai yaitu berupa cashless seperti mobile banking atau perangkat transaksi virtual lainnya. Fasilitas ini membuat orang tidak perlu menyiapkan uang tunai sebagai media pembayaran. Transaksi dapat secara mudah dilakukan asal mediannya terhubung dengan internet.

Implikasi dengan adanya gagasan tersebut secara langsung memberikan kemudahan, baik bagi konsumen maupun bagi perusahaan. Perusahaan dengan menerapkan strategi keunggulan bersaing memiliki kemampuan beradaptasi dengan keadaan secara cepat dan imbasnya perusahaan akan tetap bertahan meskipun dalam keadaan yang sulit seperti adanya wabah Covid-

19 dan dengan adanya sistem digitalisasi transaksi, perusahaan dapat dengan mudah memantau pendapatan yang masuk sehingga pengelolaan keuangan akan lebih efektif.

Kesimpulan dari hasil penelitian memperoleh data yakni mengenai strategi Jenang Karomah Kudus dalam meningkatkan perekonomian diantaranya dengan kembali meningkatkan produktivitas karyawan, membuat inovasi produk, meminjam dana bank, serta melakukan promosi. Ternyata dengan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, Jenang Karomah Kudus mampu untuk pulih dan bangkit dari keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Hal ini dapat menjadi alternatif pilihan bagi para perusahaan lain agar dapat mencontoh apa yang dilakukan oleh Jenang Karomah Kudus serta dapat mengembangkan usahanya agar lebih maju.

Selain itu perusahaan dapat menambah strategi dengan menerapkan strategi keunggulan bersaing dan menggunakan sistem digitalisasi transaksi. Sementara itu, sebagai penunjang yang dapat dilakukan yaitu dengan membuat tampilan toko agar lebih menarik dengan tema yang lebih modern. Dengan hal tersebut membuat konsumen dapat lebih tertarik dengan apa yang ditampilkan di etalase toko. Jadi bukan hanya secara strategi yang perlu diperhatikan, namun secara konsep penataan toko atau bentuk visualisasi toko juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu peningkatan perekonomian ini dalam pelaksanaannya lebih dapat dimaksimalkan.