

**STRATEGI MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN  
PENDAPATAN RUMAH MAKAN PONDOK BAMBU  
MOROTUMAN PASCA COVID-19 DESA HASANAH  
KEC. MAPPEDECENG KAB. LUWU UTARA**

*Skripsi*

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Untuk  
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Study Jenjang Sarjana  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**MEGAWATI**

1704010212

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ( IAIN ) PALOPO**

**2022**

**STRATEGI MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN  
PENDAPATAN RUMAH MAKAN PONDOK BAMBU  
MOROTUMAN PASCA COVID-19 DESA HASANAH  
KEC. MAPPEDECENG KAB. LUWU UTARA**

*Skripsi*

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Untuk  
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Study Jenjang Sarjana  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**MEGAWATI**

1704010212

**Pembimbing :**

**Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ( IAIN ) PALOPO**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Megawati  
Nim : 17 0401 0212  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Palopo, 30 September 2022  
Yang membuat pernyataan



Handwritten signature of Megawati.

Megawati  
17 04010212

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 Desa Hasanah Kec.Mappedeceng Kab.Luwu Utara yang ditulis Megawati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0212 mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 28 Juli 2022 Miladiyah bertepatan dengan 28 Dzulhijjah 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 6 September 2022

### TIM PENGUJI

- |  |                       |
|--|-----------------------|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H.                | Ketua Sidang ( )      |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang ( ) |
| 3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.          | Penguji I ( )         |
| 4. Edi Indra Setiawan, SE., M.M.         | Penguji II ( )        |
| 5. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.         | Pembimbing ( )        |

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah

Dr. Takdir, S.H., M.H.  
NIP 19790724 200312 1 002

Dr. Fasina, S.EI., M.EI.  
NIP 19810213 200604 2 002

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp:-

Hal : Skripsi Penelitian

Yth.Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Megawati

NIM : 17 0401 0212

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappadeceng Kabupaten Luwu Utara)

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing



Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

Tanggal:

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ . (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan Pondok Bambu Morotuan Desa Hasanah)” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat serta Salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu alaihi wasallam, kepada para keluarga, sahabat dan serta para pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi dalam program studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Masing (Rahimahullah) dan Ibunda Becce yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil, selalu memohon keselamatan dan kesuksesan dunia dan akhirat untuk putrinya dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Terima kasih juga untuk saudara dan teman-temanku yang

selama ini telah membantu dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah Subhanahu Wa ta'ala mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Prof Dr. Abdul Pirol M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muamar Arafat Yusmad, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.MM. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan. Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Keahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.SI., Ak., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ilham, S. Ag., MA. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Abdul Kadir Arno, SE.Sy.,M.Si. selaku sekretaris Prodi Ekonomi Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Ekonomi Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Ekonomi Syariah.
4. Ishak, S.EI., M.EI selaku Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan, Motivasi dan semangat kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo .
5. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc. selaku pembimbing saya yang senantiasa memberikan bimbingan. Motivasi dan semangat kepada penulis selama

melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo dan khususnya pada saat menyusun skripsi ini.

6. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. selaku penguji I yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini
7. Edi Indra Setiawan, SE., M.M. selaku penguji II yang telah banyak meberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.Ag. dan segenap karyawan dan karyawanati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada Owner dan karyawan Rumah Makan Pondok Bambu yang telah memberikan izin dan meluangkan waktunya dalam membantu proses penelitian.
10. Kepada semua teman seperjuanganku Khususnya kelas EKIS E yang senantiasa memberikan motivasi dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah menuntun kearah yang benar dan lurus

Palopo 1 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Megawati

17 0401 0212



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah

ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*  
 هَوَّلَ : *haulā*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

مَاتَ : *māta*  
 رَمَى : *rāmā*  
 قِيلَ : *qīla*  
 يَمُوتُ : *yamūtu*

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...   اُ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِيّ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُوّ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

### 4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya

adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: raudah al-atfāl
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnah al-fādilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikma

#### 5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

رَبَّنَا	: rabbanā
نَجِّينَا	: najjainā
الْحَقِّ	: al-haqq
نُعْمٍ	: nu'ima
عَدُوٍّ	: 'aduwwun

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiyy)

## 6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i> )
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

#### 8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

#### 9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

#### 10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal

kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata  
mubārakan Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-  
Qurān*

*Nasīr al-*

*Dīn al-Tūsī*

*Nasr*

*Hāmid Abū*

*Zayd Al-*

*Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = subhanahu wa ta'ala

saw. = sallallahu 'alaihi wasallam

as = 'alaihi al-salam





H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>JUDUL HALAMAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR KUTIPAN AYAT</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR HADITS</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	8
B. Landasan Teori .....	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	11

2. Eksistensi .....	17
3. Pendapatan .....	19
4. Covid-19 .....	20
5. UMKM .....	22
6. Analisis SWOT .....	25
C. Kerangka Pikir .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
B. Sumber Data .....	29
C. Fokus Penelitian .....	30
D. Lokasi dan Waktu .....	30
E. Subjek dan Objek Penelitian .....	30
F. Definisi Istilah .....	31
G. Instrumen Penelitian .....	32
H. Teknik Pengumpulan Data .....	32
I. Teknik Analisis Data .....	33
J. Pemeriksaan Keabsahan Data .....	37
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>41</b>
A. Deskripsi Data .....	41
B. Pembahasan .....	45
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS. Al-Qashash/28:77 .....	13
Kutipan Ayat 2 QS Al- Hasyr/59:18 .....	26



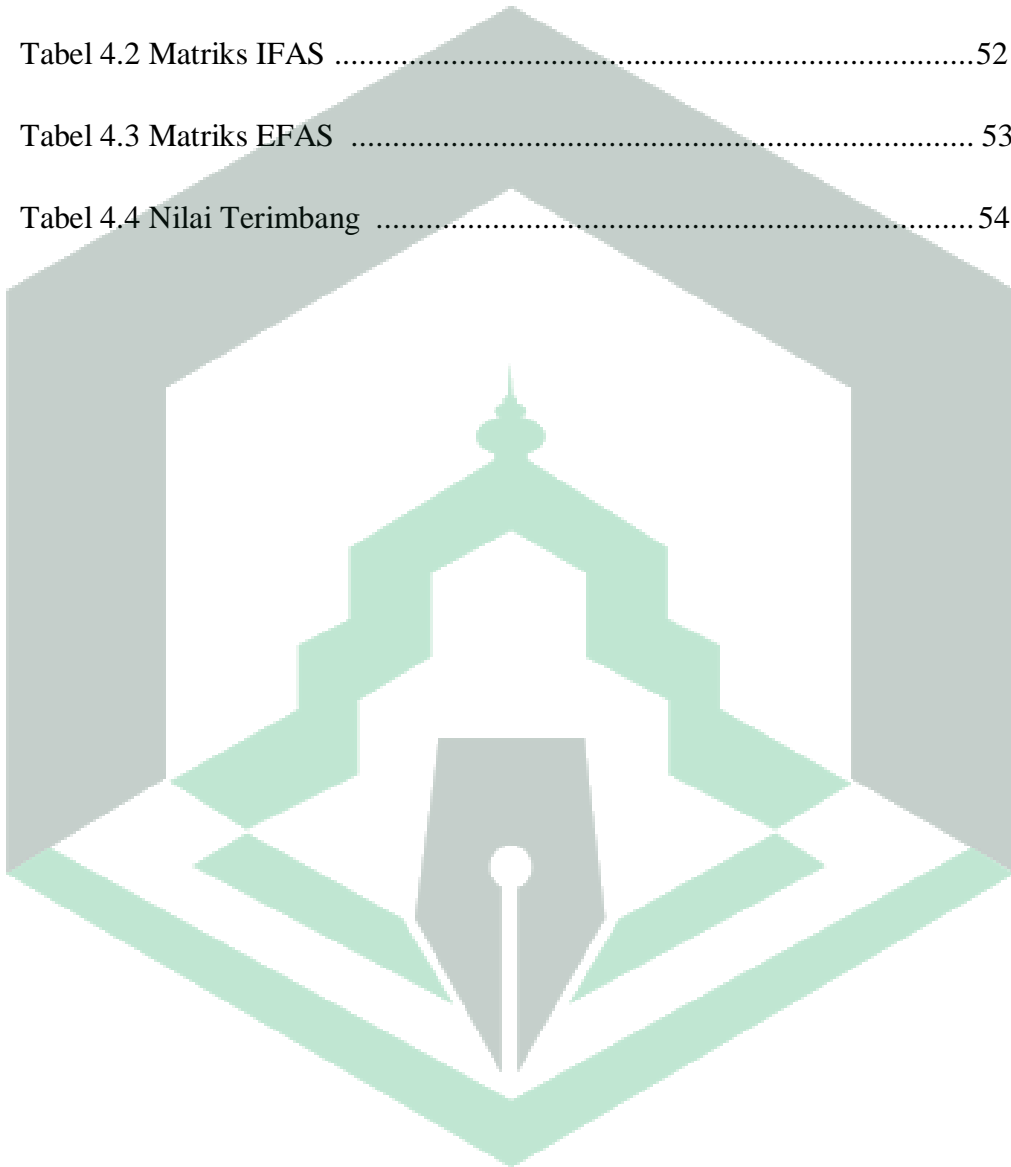
## DAFTAR HADITS

Kutipan Hadits tentang Persaingan Bisnis .....	13
--	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Contoh Matriks SWOT .....	35
Tabel 4.1 Analisis SWOT .....	51
Tabel 4.2 Matriks IFAS .....	52
Tabel 4.3 Matriks EFAS .....	53
Tabel 4.4 Nilai Terimbang .....	54



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	44
Gambar 4.2 Diagram SWOT .....	55



## DAFTAR ISTILAH

Strategi : Perencanaan

UMKM : Usaha Mikro Kecil dan Menengah

SWOT : *Strength, Weakness, Opportunities, Threats*



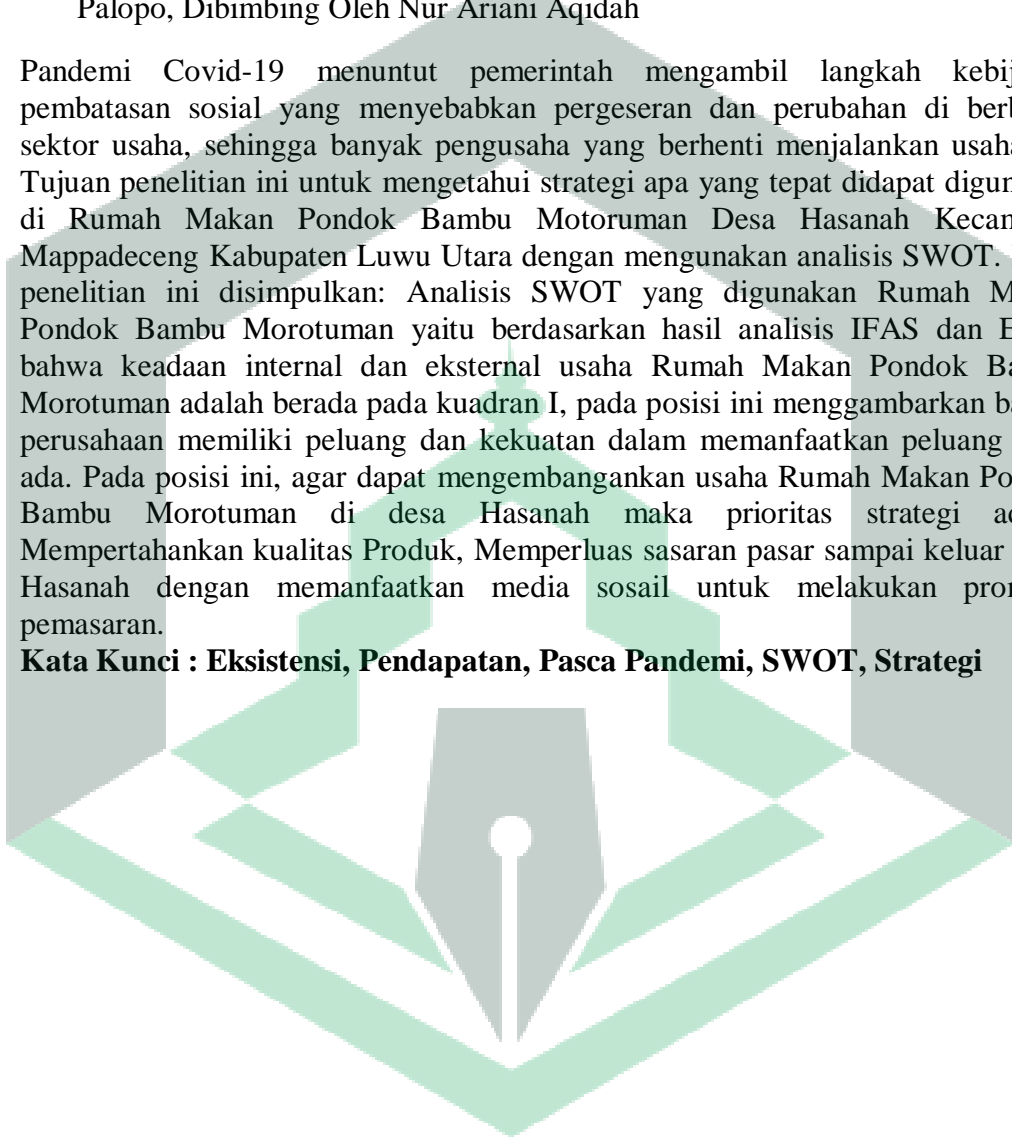


## ABSTRAK

**Megawati, 2022** “ Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid- 19 (Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kec.Mappedeceng Kab.Luwu Utara)” Skripsi Program Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, Dibimbing Oleh Nur Ariani Aqidah

Pandemi Covid-19 menuntut pemerintah mengambil langkah kebijakan pembatasan sosial yang menyebabkan pergeseran dan perubahan di berbagai sektor usaha, sehingga banyak pengusaha yang berhenti menjalankan usahanya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi apa yang tepat didapat digunakan di Rumah Makan Pondok Bambu Motoruman Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini disimpulkan: Analisis SWOT yang digunakan Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman yaitu berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS bahwa keadaan internal dan eksternal usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman adalah berada pada kuadran I, pada posisi ini menggambarkan bahwa perusahaan memiliki peluang dan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada. Pada posisi ini, agar dapat mengembangkan usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman di desa Hasanah maka prioritas strategi adalah Mempertahankan kualitas Produk, Memperluas sasaran pasar sampai keluar Desa Hasanah dengan memanfaatkan media sosail untuk melakukan promosi/pemasaran.

**Kata Kunci : Eksistensi, Pendapatan, Pasca Pandemi, SWOT, Strategi**



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis merupakan dunia yang paling ramai dibicarakan diberbagai forum, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Ramainya pembicaraan masalah ini disebabkan oleh salah satu tolak ukur kemajuan suatu negara adalah dari kemajuan ekonominya dan tulang punggung dari kemajuan ekonomi adalah dunia bisnis.<sup>1</sup> Perkembangan dunia bisnis menyebabkan persaingan yang ketat. Persaingan rentan terjadi sebab aktivitas bisnis yang dilakukan tidak bebas dari pengawasan para pesaing. Memunculkan sesuatu barang atau jasa baru yang sukses dipasaran akan di ikuti oleh pesaing yang sama jenisnya dengan barang atau jasa tersebut, sehingga perlu adanya cara meningkatkan strategi bersaing agar produk dapat sukses dipasaran dan dapat memaksimalkan laba.<sup>2</sup>

Strategi bersaing adalah suatu proses dimana sebuah perusahaan mampu untuk mendirikan dan menjadikan berbagai macam sumber daya strateginya mempunyai sebuah kemampuan untuk mendapatkan keunggulan dalam bersaing. Dimana dalam hal ini terdapat pada keunggulan strategi bersaing yang merupakan satu bagian dari alat untuk menciptakan kinerja yang baik dan benar pada bagian-bagian yang lainnya dan juga sebagai alat untuk menetralsir asset dan keahlian

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, (Jakarta : PT RajaGrafindo persada, 2001),h. 1.

<sup>2</sup> Syamsudin Noor, “Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (studi kasus pada PT. Astra International Tbk.- Daihatsu Malang)” *Jurnal INTEKNA*, (Tahun XIV, No. 2) November 2014, 102 - 209

bersaing yang dimiliki oleh pesaing. Perusahaan wajib mampu mengawasi pesaingnya dengan berkesinambungan.<sup>3</sup>

UMKM adalah suatu usaha produktif milik individu/perorangan yang memiliki kriteria atau standar Usaha Mikro sebagaimana yang telah diatur dalam Undang- Undang.<sup>4</sup>

Ketangguhan usaha mikro, kecil, dan menengah UMKM di Indonesia kembali diuji dalam menghadapi dampak ekonomi akibat penyebaran Covid-19. selain membutuhkan dukungan pemerintah, pelaku UMKM perlu melakukan terobosan dan strategi agar tetap mampu bertahan di tengah lesunya ekonomi.

Apalagi saat ini akses UMKM masih rentan dan terbatas. Dan ditambah adanya kebijakan pembatasan sosial karena pandemi Covid-19. Hal ini menyebabkan tidak sedikit UMKM yang juga terdampak dan mengalami penurunan produktivitas. Pada saat yang sama, usaha mikro, kecil, dan menengah telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap lapangan kerja. Terutama di masa krisis seperti ini banyak yang membutuhkan pekerjaan.<sup>5</sup>

Dalam situasi seperti sekarang strategi pada lingkungan eksternal mampu di terapkan dengan mengenali apa yang jadi ancaman (*threat*) dan apa yang jadi kesempatan (*opportunitis*) untuk perusahaan. Sesudah mengetahui daerah eksternal yang dialami hingga analisis daerah internal butuh di lakukan untuk

---

<sup>3</sup> Dahlia Kamener. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Strategi Bersaing Industri UKM Bordiran/Sulaman di Kota Padang" Journal of Economic and Economic Education (Vol.5 No.1), 2017, 55

<sup>4</sup>Yuli Rahmini Suci, Perkembangan UMKM ( Usaha Mikro Kecil dan Menengah ) di Indonesia, " Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol.6 No. 1 Januari 2017 <https://e-journal.upp.ac.id/index.php/Cano/article/view/1239>

<sup>5</sup>Ari Susanti, Budi Istiyanto, Strategi UMKM pada masa Pandemi Covid-19, Vol. 1 No 2 Juli 2020, <http://download.garuda.ristekdikti.go.id>

mengenal apa yang jadi kekuatan (*strength*) dan apa yang jadi kelemahan (*weakness*) untuk perusahaan. Oleh karena itu perusahaan akan mampu menyesuaikan dengan daerahnya agar usaha memperoleh tujuan dari perusahaan senantiasa akan dapat tercapai.<sup>6</sup>

Guna mengetahui kesempatan maka dibutuhkan kecenderungan pasar, pergantian sikap pesaing yang berkemungkinan bisa membatasi usaha di masa akan datang. Memperhitungkan hambatan yang mungkin bisa terjadi di masa akan datang yang mampu membatasi keberhasilan usaha, buat itu mengantisipasi hingga dibutuhkan strategi analisis SWOT yang adalah perlengkapan yang bisa menyimpulkan strategik perusahaan yang di dasarkan pada kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), tetapi secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*Weakness*) dan hambatan (*Threat*).

Dari adanya pandemi corona ini maka dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang dan mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah.

Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa dengan adanya kebijakan seperti ini membuat kurangnya

---

<sup>6</sup> Dewi Jayanti, "Analisis SWOT Sebagai Meningkatkan Daya Saing Pada Hotel Cherry Pink KH. Wahid Hasyim Medan.

interaksi antara penjual dan pembeli yang menyebabkan berkurang sumber pendapatan bagi perusahaan.<sup>7</sup>

Salah satu dampak pandemi Covid-19 ialah UMKM di Indonesia, berdasarkan data dari Kementrian Koperasi yang mengabarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (Covid-19). Kebanyakan koperasi yang terkena dampak Covid-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman.<sup>8</sup>

Hampir semua UMKM merasakan penurunan omzet sejak adanya Covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh atau menemukan bahan baku dikarenakan terjadi kendala transportasi, serta tingkat kepercayaan masyarakat yang menurun akan produk yang ada diluar terutama di bidang kuliner dikarenakan masyarakat takut untuk mengkonsumsi makanan dari luar karena takut terpapar virus Covid-19.<sup>9</sup>

Salah satu UMKM yang juga ikut terdampak di Kabupaten Luwu Utara yaitu Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman di Desa Hasanah. Dari data yang di peroleh sebelum adanya pandemi Covid-19 pendapatan Rumah Makan Lesehan Morotuman bisa mencapai 10-13jt dalam perbulan. Dan dimasa

---

<sup>7</sup>Ade Onny Siagian, Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 pada Sektor Ekonomi Kreatif, Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, Vol 3 No.1 , 31 Januari 2021, <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>

<sup>8</sup>Andi Amri, Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, Jurnal Brand, Volume 2, No.1, Juni 2020 <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/605>

<sup>9</sup>Putri Diah Juniar Perdamaian, Adinda Puspita Dkk, Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah pandemi Covid- 19 Serta mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia, Jurnal Aktiva, 2(3), 2020, <http://aktiva.nusantara.ac.id>

Covid 19 seperti sekarang ini pendapatan Rumah Makan Lesehan Morotuman sangat menurun drastis yang dalam satu bulan hanya bisa mendapatkan 6-7jt di potong dengan gaji karyawan dan lain- lain. Pendapatan ini sangat berbanding jauh dengan pendapatan yang di dapatkan sebelum adanya pandemi Covid-19.

Saat mewawancarai owner Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman mengatakan pada awal munculnya Covid-19 ia sempat menutup sementara usahanya dikarenakan keadaan yang semakin hari pengunjung yang datang semakin sepi dan juga tidak adanya pemasukan, dengan berat hati pemilik rumah makan ini harus menutup usahanya untu beberapa waktu.

Setelah menutup usahanya sementara, Owner Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman kembali membuka usahanya yang dengan sangat terpaksa harus menggunakan uang pribadinya dengan harapan usahanya bisa kembali seperti dahulu atau setidaknya usahanya tidak harus gulung tikar.

Setelah kurang lebih 2 tahun pandemi covid-19 akhirnya pemerintah memberikan kelonggaran terhadap protokol kesehatan covid-19 dengan mengizinkan masyarakat lepas masker saat beraktivitas, dengan adanya kebijakan seperti sekarang ini cukup menguntungkan bagi pemilik UMKM salah satunya Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman karna bisa kembali menjalankan bisnisnya seperti saat sebelum adanya pandemi covid-19 dimana pada saat pasca pandemi covid-19 Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman bisa mendapatkan sehari 500-700rb.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Hasil wawancara dengan Owner Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman

Menurut OECD beberapa solusi yang dapat dilakukan yaitu: Protokol kesehatan ketat dalam menjalankan aktivitas ekonomi, adanya kebijakan penundaan pembayaran hutang atau kredit untuk menjaga likuiditas keuangan UMKM, bantuan keuangan bagi UMKM, dan kebijakan struktural.<sup>11</sup>

Dalam situasi pandemi seperti ini penentuan strategi sangat berperan penting agar UMKM tetap bisa eksis, Menurut Stephanie K. Marrus, seperti yang dikutip Sukristono, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan itu dapat dicapai.<sup>12</sup>

Strategi Bisnis Organisasi bisnis (perusahaan) dapat tumbuh dan berkembang apabila dalam menjalankan aktivitas usahanya berpegang pada konsep efektivitas dan produktivitas. Tidak dapat dipungkiri berdirinya organisasi bisnis adalah pencapaian keuntungan laba positif secara optimal. Langkah untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat sasaran baik dari segi kualitas, harga, maupun daya saing atas produk yang dihasilkannya.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup>Aknolt Kristian Pakpahan, Covid-19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Unpar.ac.id

<sup>12</sup>Stephanie K. Marrus dalam Jurnal, Andiny Indah Purnamsari, Strategi Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Bintang dalam meningkatkan minat dan budaya baca masyarakat, <http://Jurnal.umrah.ac.id>

<sup>13</sup>Maskarto Lucky Nara Rosmadi, Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19, Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol 4, NO 1, Maret 2021, <https://Journals.upi-yai.ac.id>

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan oleh penulis maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan di Masa Covid-19 (Studi kasus Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah).

### **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diatas peneliti tidak mengkaji secara keseluruhan, supaya peneliti mendapatkan hasil yang maksimal maka dari itu peneliti hanya membatasi pada strategi mempertahankan pendapatan dan eksistensi di tengah pandemi pada usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana strategi yang digunakan oleh Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan pendapatannya pasca pandemi Covid-19 ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan di antaranya sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman dalam mempertahankan eksistensi dan pendapatannya pasca pandemi Covid-19



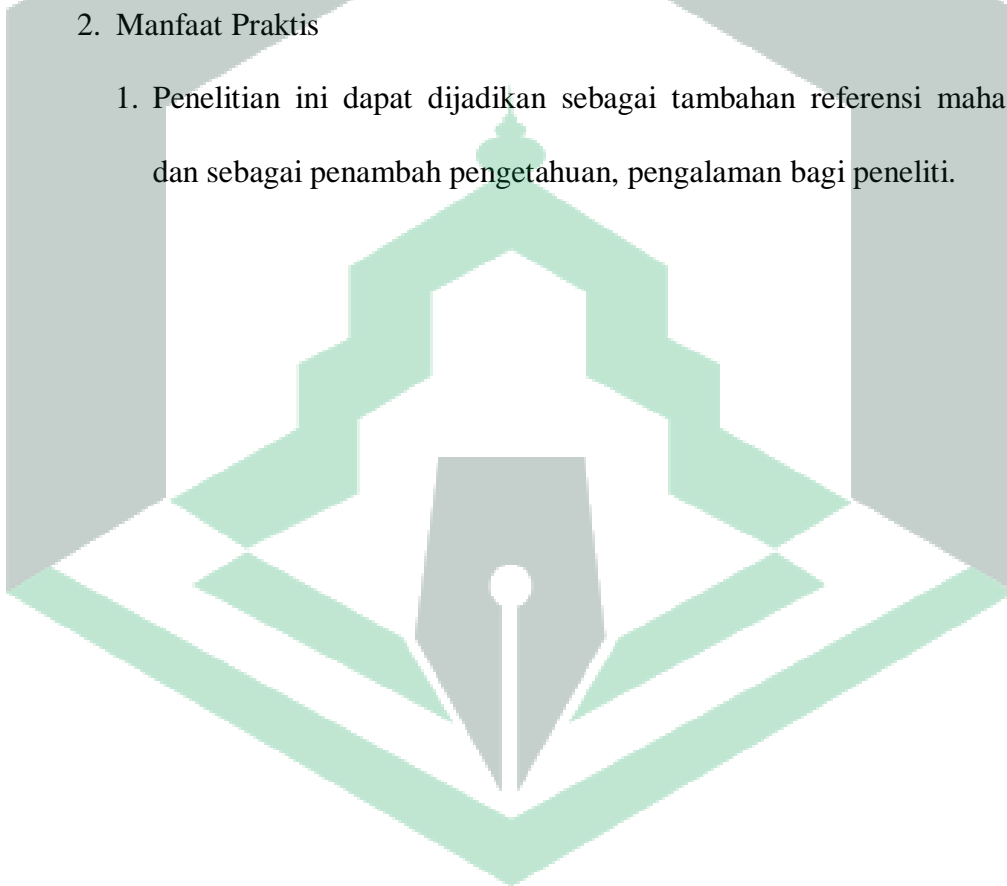
## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

1. Memberikan informasi yang bermanfaat kepada pelaku usaha yang memiliki permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.
2. Memberikan ilmu pengetahuan terutama di bidang pemasaran.
3. Memberikan kontribusi berupa informasi dan bahan masukan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi mahasiswa dan sebagai penambah pengetahuan, pengalaman bagi peneliti.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan perbandingan dan referensi yang pernah dilakukan oleh kalangan akademis. Hal ini dilakukan guna menghindari kesamaan objek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada.

1). Ari Susanti, Budi Istiyanto, Muhamad Jalari Mahasiswa STIE Surakarta. Dengan judul Strategi UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat di simpulkan bahwa dengan kondisi yang seperti ini UMKM harus mampu beradaptasi dalam memanfaatkan teknologi yang di tuntut harus melakukan pemasaran sejara online dan juga mengelola keuangan yang sangat minim. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk memberikan ilmu pengetahuan bagaimana cara agar membangun citra merek dari produk yang dihasilkan..<sup>14</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan judul. Adapun yang menjadi persamaan yaitu sama- sama membahas tentang bagaimana strategi yang akan di lakukan pelaku UMKM dalam menghadapi pandemi Covid-19. Kemudian dari perbedaan antara penelitan terdahulu dengan penulis yakni strategi yang digunakan lebih fokus ke pemasaran

---

<sup>14</sup>Ari Susanti, Budi Istiyanto, Strategi UMKM pada masa Pandemi Covid-19, Vol. 1 No 2 Juli 2020, <http://download.garuda.ristekdikti.go.id>

online sedangkan penulis lebih ke strategi analisis swot kemudian perbedaan yang lain yakni perbedaan lokasi dan waktu yang akan peneliti lakukan.

2). Putri Diah Perdamaian, Adinda Puspita, dan Neng Frida dengan judul penelitian Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia. Dari hasil penelitian ini peneliti merekomendasikan strategi yang dapat membuat UMKM tetap dapat bertahan di masa pandemi seperti sekarang ini dengan cara melakukan perdagangan secara *E-Commers*, melakukan perbaikan kualitas produk, melakukan pemasaran secara digital serta menjalin hubungan yang baik dan mengoptimalkan pemasaran pelanggan.<sup>15</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan judul. Adapun yang menjadi persamaan yaitu sama-sama membahas tentang bagaimana strategi dan bagaimana cara mengembangkan usaha di tengah pandemi Covid-19. Kemudian dari perbedaan yaitu peneliti yang terdahulu menggunakan strategi bertahan dengan menggunakan *E-commers* sedangkan penulis menggunakan strategi analisis swot kemudian perbedaan selanjutnya yaitu adanya perbedaan lokasi, materi dan waktu yang akan peneliti lakukan.

---

<sup>15</sup>Putri Diah Juniar Perdamaian, Adinda Puspita Dkk, Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi Covid- 19 Serta mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia, Jurnal Aktiva, 2(3), 2020, <http://aktiva.nusantara.ac.id>

3). Markasto Lucky Nara Rosmandi Mahasiswa STIE Kridatama Bandung dengan judul penelitian Penerapan Strategi bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Hasil dari penelitian ini yaitu strategi bisnis yang lakukan dengan cara melakukan pemasaran melalui sosial media mendapatkan hasil yang sangat bagus dan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.<sup>16</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan judul. Adapun yang menjadi persamaan yaitu sama- sama membahas tentang bagaimana strategi dan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran online di tengah pandemi Covid-19. Kemudian dari perbedaan yaitu adanya perbedaan lokasi, materi dan waktu yang akan peneliti lakukan.

4). Andi Amri dengan judul penelitian Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia Hasil dari penelitian ini yaitu Perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel dan langkah agar dapat mempertahankan eksistensi usaha di era digital seperti ini seperti *refocus* pelanggan dan industri rethinking, melakukan rancangan strategi sosial dan digital dan mengembangkan kapabilitas organisasi.<sup>17</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan judul. Adapun yang menjadi persamaan yaitu sama- sama membahas tentang bagaimana strategi dan pemanfaatan media social sebagai

---

<sup>16</sup>Maskarto Lucky Nara Rosmadi, Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19, Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol 4, NO 1, Maret 2021, <https://Journals.upi-yai.ac.id>

<sup>17</sup>Andi Amri, Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, Jurnal Brand, Volume 2, No.1, Juni 2020 <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/605>

media pemasaran Online, dan mempertahankan eksistensi di tengah pandemi Covid-19. Kemudian dari perbedaan yaitu adanya perbedaan lokasi, materi dan waktu yang akan peneliti lakukan.

## **B. Landasan Teori**

Pengertian pendapatan yang dikemukakan oleh para ahli berbeda-beda, banyak teori dari para ahli karena pengertian pendapatan sering dihubungkan dengan pengukuran dan pada saat pengakuan pendapatan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam PSAK Noor 23 tentang pendapatan mengungkapkan pengertian pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas, selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Menurut Harnanto yang menuliskan bahwa pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada umumnya.

Menurut Samryan pendapatan adalah kenaikan aktiva atau pengurangan kewajiban yang bersumber dari penyerahan barang dan jasa dalam rangka kegiatan komersial perusahaan.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah hasil yang diperoleh suatu perusahaan melalui penciptaan dan

penyerahan barang, pemberian jasa, dan kegiatan lainnya yang menghasilkan kenaikan aktiva atau menurunnya kewajiban usaha dalam suatu periode tertentu<sup>18</sup>

Eksistensi berasal dari bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada atau timbul, ada, muncul, memilih keberadaan actual.

Soren Kierkegaard adalah seorang tokoh eksistensialisme yang pertama kali memperkenalkan istilah “eksistensi” pertama pada abad ke-20. Kirkegaard memiliki pandangan bahwa seluruh realitas eksistensi hanya dapat dialami secara subjek oleh manusia, dan mengandaikab bahwa kebenaran adalah individu yang bereksistensi.

Menurut Kierkegaard eksistensi adalah suatu keputusan yang berani diambil oleh manusia untuk menemukan hidupnya dan menerima konsekuensi yang telah manusia ambil jika manusia tidak berani melakukannya akan manusia tidak bereksistensi dengan sebenarnya.

Tiap eksistensi memiliki cirinya masing-masing. Kierkegaard telah mengkalisifikasikan menjadi tiga tahapan yaitu tahap *estetis*, *etis* dan *religious*.<sup>19</sup>

## 1. Strategi Pemasaran

### A. Definisi strategi pemasaran

Strategi merupakan suatu pendekatan yang semua berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki kurun waktu tertentu. Strategi yang baik ada pada koordinasi dalam tim kerja mempunyai tema serta melakukan identifikasi faktor pendukung yang sesuai

<sup>18</sup> D Pratiwi, pengertian pendapatan yang dikemukakan oleh para ahli, 2019,<http://repository.dharmawangsa.ac.id>.

<sup>19</sup> F Budi Hardiman, Filsafat Modern Dari Machiavelli Sampai Nietzsche, (Jakarta: Gramedia,2007), 251.

dengan prinsip pelaksanaan gagasan yang rasional, efisien dalam melakukan pendanaan, serta mempunyai cara untuk mencapai sebuah tujuan secara efektif dan efisien.

Strategi bisnis haruslah melibatkan pengambilan keputusan pada tingkat bisnis. Dalam strategi tingkat ini yang dipilih adalah bagaimana taktik atau cara persaingannya.

a. Ancaman pendatang baru

Dalam bidang industri, perusahaan yang membawa kapasitas baru serta ingin mendapatkan pangsa pasar yang laba yang baik, namun itu semua sangat tergantung pada kendala atau rintangan yang ada disekitarnya. Yang dimaksud dengan pendatang baru disini yakni perusahaan yang memasuki industri dengan membawa kapasitas baru dan ingin memperoleh pangsa pasar yang baik banyak keuntungan yang bisa di dapatkan.<sup>20</sup>

b. Daya tawar menawar pemasok

Dalam suatu industri, pemasok juga dapat menjadi sebuah ancaman, sebab pemasok bisa saja menaikkan harga produk yang ia jual atau mengurangi suatu kualitas produk.

c. Daya tawar menawar pembeli

Pembeli akan selalu berusaha untuk bisa mendapatkan produk dengan kualitas yang sangat baik serta dengan harga yang murah.

---

<sup>20</sup> Aris Kurniawan, Pengertian Strategi-Tingkat jenis bisnis integrasi umum para ahli,13 Agustus 2021, <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-strategi/>

Sikap pembeli yang seperti ini berlaku secara universal serta memainkan peran yang cukup menentukan untuk perusahaan.

d. Daya tawar produk pengganti

Produk pengganti secara fungsional memiliki keunggulan yang sama dengan produk utama (asli), tetapi mempunyai kualitas produk serta harga yang lebih rendah. Secara umum, produk pengganti disenangi oleh orang yang memiliki penghasilan rendah namun ingin tampil dengan status yang lebih tinggi dari keadaan yang sebenarnya.

e. Persaingan antar pesaing

Dalam persaingan secara konvensional perusahaan lain mungkin akan membuat pangsa pasar berusaha keras. Konsumen adalah objek persaingan dari perusahaan yang sejenis yang bermain di pasar. Siapa yang bisa memikat hati para pembeli akan perusahaan akan bisa memenangkan persaingan.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Aris Kurniawan, Pengertian Strategi-Tingkat jenis bisnis integrasi umum para ahli,13 Agustus 2021, <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-strategi/>



Allah Subhanahu wa ta'ala berfirman dalam surah Al-Qashash ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا

تَتَّبِعِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ( القصص/28: 77)

Terjemahnya:

*Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Al-Qasas/28:77)<sup>22</sup>*

Selain dalam Al-Quran, terdapat pula hadits nabi SAW yang menerangkan tentang persaingan bisnis yakni pada hadits A t - Tirmidzi Nomor 1225 yakni :

*Telah menceritakan kepada kami (Qutaibah) dan (Ahmad bin Mani') keduanya berkata; Telah menceritakan kepada kami (Sufyan) dari (Az Zuhri) dari (Sa'id bin Al Musayyab) dari (Abu Hurairah) ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda. Dan Qutaibah berkata; Hadits ini sampai kepada Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: "Janganlah kalian bersaing dalam penawaran." Ia mengatakan; Dalam hal ini ada hadits serupa dari Ibnu Umar dan Anas. Abu Isa berkata; Hadits Abu Hurairah adalah hadits hasan shahih dan menjadi pedoman amal menurut para ulama, mereka memakruhkan persaingan dalam penawaran. Abu Isa berkata; Najsy*

<sup>22</sup> Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadist Sahih, 394

*adalah seseorang datang membagi barang dagangan kepada pedagang lalu menawarnya lebih banyak dari yang ditawarkan, hal itu ketika pembeli mendatangnya. Ia ingin mengelabui pembeli dan tidak bermaksud untuk menjual, ia hanya ingin mengelabui pembeli terhadap yang ia tawarkan, ini merupakan bentuk dari penipuan. Asy Syafi'i berkata; Seandainya seseorang melakukan persaingan penawaran, maka pelaku persaingan berdosa karena perbuatannya, namun jual beli boleh karena penjual tidak bersaing dalam penawaran.*

## B. Strategi Pemasaran

Setiap perusahaan atau produsen tak lepas dari sebuah kegiatan yang bernama pemasaran, kebanyakan dari kita menyebut pemasaran adalah proses penjualan, pembelian transaksi atau perdagangan dalam arti sempit pemasaran sering diartikan sebagai pendistribusian, termasuk kegiatan yang dibutuhkan untuk menepatkan produk yang berwujud pada tangan konsumen rumah tangga dan pemakai industri.

Pengertian lain dari pemasaran adalah bahwa pemasaran merupakan usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat. Sedangkan dalam arti luas pemasaran adalah sebagai usaha untuk menciptakan dan menyerahkan suatu standar kehidupan. Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Menurut Charles Doyle, dalam kamus pemasaran menyebutkan bahwa pemasaran adalah disiplin ilmu profesi yang selalu berkembang, yang menjadi

lazim didunia bisnis dan masyarakat diseluruh dunia. Pemasaran telah menjadi wajib pada kehidupan sehari-hari kita. Indikasinya adalah pemasaran akan memiliki dampak yang jauh lebih dahsyat pada banyak aspek kehidupan kita sepanjang abad ke 21.<sup>23</sup>

Menurut Tharin Abdullah dan Francis Tnatri dalam Hadion Wijoyo dkk menyebutkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang sistematis dan teratur yang dimulai dari menyelidiki dan mengetahui kegiatan konsumen yang belum terpenuhi, yang dilanjutkan merencanakan dan mengembangkan produk yang akan memenuhi keinginan konsumen tersebut lalu menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan kepada konsumen.

Menurut Craven, strategi pemasaran yaitu sebagai upaya meningkatkan suatu produk dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.<sup>24</sup>

Dari definisi diatas bisa disimpulkan bahwa pemasaran adalah merupakan kegiatan yang teratur dan di rencanakan baik yang dilakukan dalam segala aspek kehidupan. Sedangkan pemasaran yang dilakukan dalam segala aspek bisnis adalah suatu kegiatan yang sistematis dan teratur mulai dari penelitian tentang

---

<sup>23</sup> Khairunnisaa, Della Irachmi, Analisis Swot terhadap strategi pemasaran rumah makan sambel elu, Vol 16 No 2, 2 Mei 2020, <http://jurna.feb.unila.ac.id>

<sup>24</sup> Khairunnisaa, Della Irachmi, Analisis Swot terhadap strategi pemasaran rumah makan sambel elu, Vol 16 No 2, 2 Mei 2020, <http://jurna.feb.unila.ac.id>

kebutuhan konsumen yang dilanjutkan dengan memproduksi sebuah produk, kemudian yang dilanjutkan dan mempromosikan kepada konsumen dengan harga yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>25</sup>

Menurut Craven Strategi pemasaran yaitu sebagai upaya meningkatkan suatu produk dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.<sup>26</sup>

## 2. Eksistensi

### A. Definisi Eksistensi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan, sedangkan menurut Abidin Zaenal Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi, jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengktualisasikan potensi-potensinya.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup>Hadion Wijoyo et al., Strategi Pemasaran Umkm di Masa Pandemi, cetakan pertama, (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021) 7-8.

<sup>26</sup>Khairunnisaa, Della Irachmi, Analisis Swot terhadap strategi pemasaran rumah makan sambel elu, Vol 16 No 2, 2 Mei 2020, <http://jurna.feb.unila.ac.id>

<sup>27</sup>Zain, Pengertian Eksistensi, Kamis 03 Mei 2018, <https://pengertiankompli.blogspot.com/2018/05/pengertian-eksistensi.htmlm?m=1>

## B. Menjaga Eksistensi Bisnis

Berhasil merintis sebuah usaha ternyata belum bisa menjanjikan kesuksesan bagi pelakunya, tak jarang para pelaku usaha harus gigit jari manakala bisnis yang dijalankan mengalami kebangkrutan akibat gempuran pasar yang semakin pesat.

Tingginya persaingan pasar dan besarnya konsumen menjadikan langkah para pengusaha dalam mempertahankan eksistensinya tidak lebih mudah daripada merintis sebuah usaha. Kondisi seperti ini tentunya menjadi tantangan besar bagi para pelaku bisnis, sehingga dibutuhkan strategi- strategi jitu agar kesuksesan usaha mereka tetap bisa terjaga di tengah persaingan pasar yang semakin meningkat.<sup>28</sup>

Adapun beberapa cara yang bisa dijalankan agar kesuksesan bisnis tetap terjaga di tengah ramainya persaingan yang ada :

### a. Pertahankan motivasi usaha

Untuk mempertahankan usaha yang telah dirintis, motivasi harus harus dipertahankan, semisal motivasi untuk mencari untung dengan cara yang benar, motivasi untuk membuka lapangan pekerjaan baik dan tidak merusak, atau motivasi untuk mempertahankan perannya dalam pasar.

### b. Jadilah solusi total bagi permasalahan pelanggan/konsumen

Ketika berhasil merebut kepercayaan pelanggan, maka selanjutnya tingkatkan loyalisnya dengan memenuhi kebutuhan yang mereka cari.

---

<sup>28</sup> Devi Yanti Wahyu Wulandari, Kewirausahaan menjaga eksistensi bisnis, 13 juni 2015, <https://id.scribd.com/doc/268571130/eksistensi-bisnis>

Strategi tersebut cukup efektif untuk mempererat hubungan kita dengan pelanggan.<sup>29</sup>

c. Ikuti perkembangan pasar

Untuk mempertahankan eksistensi usaha sebaiknya amati dan ikuti perkembangan tren pasar yang diminati para konsumen. Dengan mengikuti perkembangan terbaru, kita bisa mengetahui minat para konsumen saat ini dan berusaha memenuhinya untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Semakin sering melakukan inovasi terhadap tempat layanan atau produk semakin besar pula peluang yang kita ciptakan untuk persaingan pasar.

d. Amati pergerakan para pesaing

Laju pertumbuhan untuk usaha sejenis perlu diamati agar pelaku usaha bisa mengetahui seberapa besar ancaman yang ada disekitar dan strategi apa yang bisa digunakan agar bisnisnya tidak tenggelam ditengah gempuran persaingan bisnis yang ada. Ketika pergerakan para pesaing telah berhasil kita ketahui, secara tidak langsung kita akan termotivasi untuk mencari ide-ide baru untuk menciptakan inovasi produk unik guna mengatasi *competitor* yang sangat sengit.

e. Fokus untuk mengembangkan usaha

Ketika kita dikelilingi para pesaing, jangan pernah takut dan usahakan menentukan satu prioritas pertama yang menjadi target usaha kita, baik untuk rencana jangka pendek maupun jangka panjang.

---

<sup>29</sup> Devi Yanti Wahyu Wulandari, Kewirausahaan menjaga eksistensi bisnis, 13 juni 2015, <https://id.scribd.com/doc/268571130/eksistensi-bisnis>.

f. Perluas network ( jaringan ) usaha

Dengan memiliki banyak relasi/jaringan semakin besar pula peluang sukses yang kita miliki, sehingga tidak heran bila pesaran usaha semakin pesat dan perkembangan usahanya mengalami peningkatan yang cukup positif. Ingat bahwa semakin kuat kerjasama yang dijalin, maka semakin mudah pula jalan kita dalam mempertahankan eksistensi usaha.<sup>30</sup>

### 3. Pendapatan

#### A. Definisi Pendapatan

Pendapatan adalah uang yang diterima seseorang atau bisnis sebagai imbalan setelah mereka menyediakan barang, jasa atau melalui modal investasi dan digunakan untuk mendanai pengeluaran sehari-hari. Dalam bisnis pendapatan dapat merujuk pada sisa peasukan perusahaan setelah membayar semua biaya dan pajak, pendapatan tidak akan diterima utuh karena perusahaan juga harus membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.<sup>31</sup>

#### B. Jenis- jenis pendapatan

##### 1. Pendapatan portifolio

Pendapatan portifolio bisa didapatkan melalui capital gain. Sebagai contoh, ketika seseorang membeli saham di perusahaan dengan harga tertentu, mereka berencana untuk menjual saham yang sama dengna harga yang lebih tinggi di masa depan.

<sup>30</sup>Devi Yanti Wahyu Wulandari, Kewirausahaan menjaga eksistensi bisnis, 13 juni 2015, <https://id.scribd.com/doc/268571130/eksistensi-bisnis>.

<sup>31</sup>Sugi priharto, Mengenal pengertian pendapatan dan jenis-jenis pendapatan, Agustus 2019, <https://cpssoft.com/blog/bisnis/engenal-pengertian-pendapatan-dan-jenis-jenis-pendapatan>

## 2. Pendapatan pasif

Pendapatan pasif adalah pemasukan yang berasal dari usaha seperti properti yang disewakan, kerjasama dengan perusahaan dimana seseorang tidak terlibat secara aktif,

## 3. Pendapatan royalti

Pendapatan royalti adalah imbalan dari seseorang setelah menggunakan ide, atau karya kita.<sup>32</sup>

## 4. Covid-19

### A. Asal mula Virus Corona

Seperti di kutip dari *World Health Organization* (WHO), Virus Corona berasal dari Coronaviruses (CoV) yang menyebabkan penyakit mulai dari flu biasa hingga yang lebih parah seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS-CoV). Sedangkan untuk *Novel Coronavirus* (nCoV) adalah jenis baru yang belum diidentifikasi sebelumnya pada manusia.

Virus Corona merupakan zoonosis, artinya ditularkan antara hewan ke manusia. Menurut penyelidikan yang telah dilakukan, *SARS-CoV* virus ini ditularkan dari kucing luwak atau lebih dikenal dengan musang ke manusia dan *MERS-CoV* dari unta ke manusia. Namun beberapa virus corona juga dikenal beredar pada hewan-hewan yang sebelumnya belum pernah menginfeksi manusia.

---

<sup>32</sup>Sugi priharto, Mengenal pengertian pendapatan dan jenis-jenis pendapatan, Agustus 2019, <https://cpssoft.com/blog/bisnis/engenal-pengertian-pendapatan-dan-jenis-jenis-pendapatan/>



## B. Ciri- ciri Terinfeksi Virus Corona

1. Demam
2. Batuk
3. Sesak nafas
4. Sulit bernafas atau napas pendek
5. Nyeri atau sakit pada bagian dada
6. Pusing atau tidak mampu berdiri dan menggerakkan tubuh<sup>33</sup>

## C. Cara mencegah Virus Corona

Cara yang terpenting untuk mencegah infeksi Covid-19 atau Virus Corona adalah dengan menjaga kesehatan dan kebersihan. Seperti dikutip dari WHO, rekomendasi dasar untuk mencegah penyebaran infeksi adalah dengan mencuci tangan secara teratur menggunakan sabun, menutupi mulut dan hidung ketika batuk atau bersin, dan memasak daging dan telur hingga matang, selain itu hindari kontak langsung dengan siapapun yang menunjukkan gejala, seperti sesak nafas, batuk dan bersin.<sup>34</sup>

## 5. UMKM

### A. Definisi UMKM

Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Terdapat beberapa definisi dan konsep tentang Usaha Mikro, Kecil dan menengah.

---

<sup>33</sup> Vina Oktiani, Asal mula Virus Corona dan pencegahannya, <https://wolipop.detik.com/health-and-diet/d-4946027/apa-yang-dimaksud-virus-corona-ini-asal-mula-hingga-gejala-covid-19>

<sup>34</sup>Vina Oktiani, Asal mula Virus Corona dan pencegahannya, <https://wolipop.detik.com/health-and-diet/d-4946027/apa-yang-dimaksud-virus-corona-ini-asal-mula-hingga-gejala-covid-19>

Pada umumnya UMKM diartikan sebagai unit produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan dan usaha di semua sektor ekonomi, termasuk sektor perdagangan, lahan, pertanian, perkebunan, perikanan, dan jasa. UMKM juga dipahami sebagai perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.<sup>35</sup>

Menurut Rudjito UMKM merupakan usaha kecil yang dapat membantu perekonomian Indonesia karena dengan adanya UMKM akan terbentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa Negara melalui pajak badan usaha. Sedangkan menurut Inna Primiana, UMKM merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia seperti industry manufaktur, agribisnis, agraris, dan juga sumber daya manusia. Pendapat ini mengidentifikasi bahwa UMKM mengandung arti pemulihan perekonomian melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program perberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.<sup>36</sup>

Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro ( UMI ), usaha kecil ( UK ) usaha menengah ( UM ), dan usaha besar ( UB ) didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omzet rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda

---

<sup>35</sup> Abdul Halim, Pengaruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju, Volume 1, No 2, 2020, <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP>

<sup>36</sup> Sugi Priharto dan Inna Primiana dalam Jurnal, Contoh usaha UMKM Kriteria UMKM Pembukuan UMKM Pengertian UMKM dan Undang-undang Umkm, Volume Bisnis & UMKM, 4 Mei 2020, <https://accuate.id>

menurut Negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran umkm atau Negara. Berikut ini konsep dan definisi UMKM:

- a. Menurut Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi standar atau kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau jumlah penjualan tahunan.

- b. Menurut Undang- Undang Nomor 9 Tahun 1995

Yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah identitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000, sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga Negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih antara Rp. 200.000.000 sampai dengan Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

c. Menurut Bank Indonesia

Usaha kecil adalah usaha produktif milik warga Negara Indonesia yang berbentuk badan usaha orang perorangan, bada usaha yang tidak berbadan hukum, atau berafiliasi, baik maupun maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.<sup>37</sup>

d. Menurut Undang- Undang Nomor 9 Tahun 1995

Undang- Undang ini mengatur bahwa usaha kecil dan menengah mengandung perhatian secara terpisah, usaha kecil adalah sebuah proses kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan. Sedangkan usaha menengah dan usaha besar adalah kegiatan ekonomi yang mempengaruhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar daripada kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan usaha kecil.

e. Menurut Keputusan Presiden Nomor 99 Tahun 1998

Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

---

<sup>37</sup> Dindin Abdurohim, Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM, 1 Edition, Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani, 2020, Hal 16-17

f. Menurut Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008

Bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan<sup>38</sup>

B. Tujuan UMKM

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- c. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam perkembangan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.<sup>39</sup>

6. Analisis SWOT

A. Definisi Analisis SWOT

Analisis SWOT singkatan dari kata *Strengt* (kekuatan perusahaan), *Weakneses* (kelemahan perusahaan), *Opportunitis* (kesempatan) dan *Threat* (halangan agar memperoleh tujuan). Analisis SWOT mempunyai tujuan agar menetapkan usaha yang nyata, cocok dengan keadaan perusahaan dan karena itu agar lebih gampang tercapainya tiap perusahaan bisa menggunakan metode analisis SWOT.

<sup>38</sup> Dindin Abdurohim, Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM, 1 Edition, Yogyakarta, Bintang Pustaka Madani, 2020, Hal 16-17

<sup>39</sup>Dosen Pendidikan 2, Tujuan Umkm, 05 April 2021, <http://dosenpendidikan.co.id>

Menurut bosman, pengertian analisis SWOT adalah rangkaian penarikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam organisasi dan dunia bisnis di kenal sebagai penafsiran atau analisis SWOT kekuatan merupakan semua faktor internal yang mampu di dayagunakan untuk membantu perkembangan organisasi sedangkan kelemahan mencakup faktor internal yang merugikan terhadap proses mencapai tujuan organisasi<sup>40</sup>

Tujuan melakukan analisis SWOT pada perusahaan ialah untuk membuat kegiatan perusahaan menurut kekuatan yang dipunyai, buat mendayagunakan kesempatan dan peluang yang ada, dengan kurangi ataupun menghilangkan ancaman dan gangguan yang dapat menjadi bahaya kedudukan perusahaan di pasar, untuk rangka meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan mendapatkan laba.

Analisis SWOT dalam kehidupan, dalam salah satu ayat Al-quran, Allah berfirman dalam surah Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ )

(الحشر/59: 18)

<sup>40</sup>Pertus Wisnubroto, Muahammad Yusuf dan Joao Mario Freitas, “Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Pendekatan Technology Atlas Project Method” jurnal teknologi ( volume 6, nomor 2) Desember 2013, 2

Terjemahnya:

*“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan. (Al-Hasyr/59:18).”<sup>41</sup>*

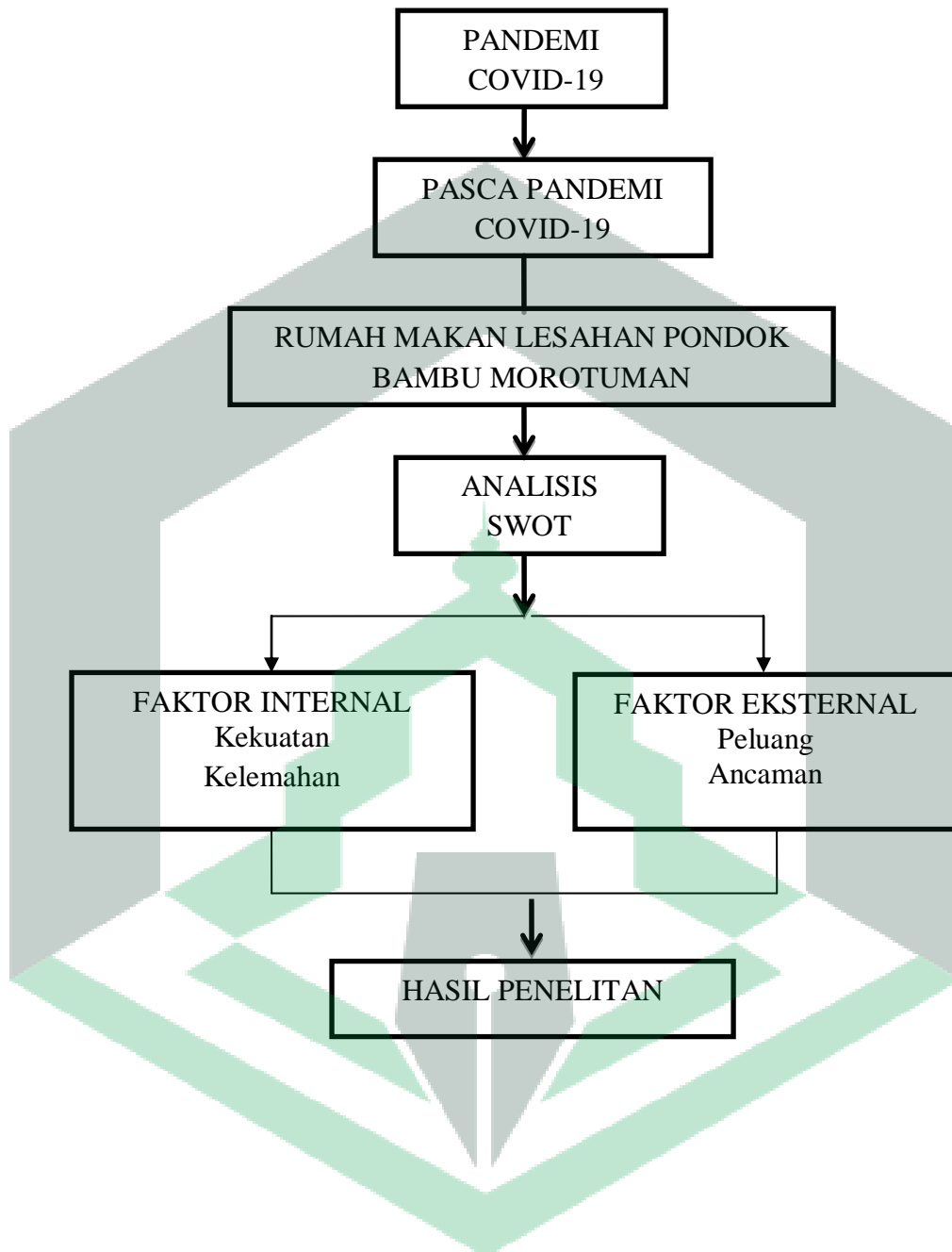
Jika diperhatikan, ini ialah pertanyaan dari Allah Ta’ala yang mewajibkan kita berfikir dan bermuhasabah terhadap apa yang telah atau pun yang hendak kita jalani dalam hidup. agar kita bisa menggunakan suatu cabang ilmu manajemen dengan memakai strategik manajemen. Apabila kita menerangkan SWOT satu persatu, hingga awal kali yang hendak di bicarakan tentang kekuatan kita selaku umat islam ialah keimanan. Ini ialah modal yang sangat besar dan tidak semua orang memperoleh anugerah ini.

Setelah itu kekuatan lain adalah kesehatan, keahlian untuk berpikir, berkesempatan melaksanakan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita bisa jadi belum mempunyai lumayan ilmu, karena dalam Islam suatu ilmu wajib mendahulukan amal. Sedangkan tantangan dalam kehidupan antara lain permasalahan pola kehidupan yang telah sangat dipadati dengan pola pikir materialistis yang sangat memuliakan kesenangan dunia.

---

<sup>41</sup> Kementerian Agama RI, Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Hadist Sahih, 394

## D. Kerangka Pikir





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif adalah metode yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara lebih dalam terhadap suatu masalah. Menurut Semiawan metode penelitian kualitatif adalah jenis metode yang paling tepat dalam menangkap persepsi manusia hanya dengan kontak langsung dan pikiran terbuka serta lewat proses induktif dan interaksi manusia bisa mengenal sesuatu<sup>42</sup>.

#### **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini yaitu untuk membatasi studi kualitatif dan membatasi penelitian agar dapat menyeleksi mana saja data yang terkait dengan penelitian dan mana yang tidak terkait pada masalah yang akan diteliti. Pada penelitian ini hanya berfokus pada strategi mempertahankan eksistensi dan pendapatan Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman.<sup>43</sup>

#### **C. Sumber data**

##### **1. Data primer**

Agar tidak keliru dalam menentukan sumber data, maka peneliti harus melihat kembali konsep, variabel dan indikator variabel serta pengukuran yang telah di rumuskan sebelumnya. sumber data peroleh secara langsung melalui

---

<sup>42</sup> A.Kadir Ahmad, "Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif", (Makassar.CV. Indobis Media Centre, 2003), h. 3

<sup>43</sup> Lexi j. Moeleong, "Metode Penelitian Kualitatif" (Bandung: Rosda Karya, 2010), 157

wawancara dan juga berasal dari literatur dan jurnal relevan, sehingga hasil penelitian akurat. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data observasi dan juga menggunakan kuesioner di lokasi penelitian.<sup>44</sup>

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari literatur, buku, internet atau sumber yang relevan.<sup>45</sup>

### **D. Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada bulan Februari tahun 2022 sampai selesai.

### **E. Subjek dan Objek Penelitian**

#### 1. Pemilik Rumah Makan Pondok bambu Morotuman

Yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu Owner atau pemilik Rumah Makan Pondok Bambu adalah pemilik atau orang yang memiliki suatu perusahaan.

---

<sup>44</sup>Putri Diah Juniar Perdamaian, Adinda Puspita Dkk, Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengebangkan Bisnis di Tengah pandemi Covid- 19 Serta mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia, Jurnal Aktiva, 2(3), 2020, <http://aktiva.nusantara.ac.id>

<sup>45</sup> Kamus besar bahasa Indonesia, pengertian data sekunder, <https://kbbi.web.id/data>.

## 2. Konsumen

Konsumen adalah orang-orang yang pernah mengunjungi atau memanfaatkan produk yang di tawarkan di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuan Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara.

## 3. Pegawai

Pegawai merupakan orang-orang yang bekerja di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara untuk membantu berjalannya usaha dengan baik dan lancar.

### **F. Definisi Istilah**

1. Strategi adalah Strategi merupakan suatu pendekatan yang semua berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki kurun waktu tertentu.
2. Eksistensi adalah Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan, sedangkan menurut Abidin Zaenal Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada.
3. Pendapatan adalah uang yang diterima seseorang atau bisnis sebagai imbalan setelah mereka menyediakan barang, jasa atau melalui modal investasi dan digunakan untuk mendanai pengeluaran sehari-hari.
4. Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang memiliki gejala batuk, bersin dan sesak nafas.
5. UMKM adalah suatu usaha produktif milik individu/perorangan yang memiliki kriteria atau standar usaha mikro sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang.

6. Analisis Swot adalah Matrik Swot SWOT merupakan singkatan dari *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* yang berarti Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman. Keempat kata tersebut berasal dari analisis *internal* (kekuatan dan kelemahan) serta analisis *eksternal* (peluang dan ancaman).

### **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian ialah suatu alat bantu yang dipergunakan peneliti untuk mengumpulkan data dari informan. Pada penelitian ini terdapat instrumen yang dapat membantu peneliti untuk melakukan penelitian adapun yang instrument yang digunakan peneliti, yaitu berupa kuisioner dalam bentuk pernyataan (Skala Likert) dan handphone guna mendukung peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.

### **H. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah :

1. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung yang ada dilapangan yang erat kaitannya dengan objek penelitian. Observasi yang dilakukan sebelum penelitian ini dilakukan di Rumah makan lesehan murotuman desa hasana.

2. Wawancara

Dengan memberi pertanyaan untuk kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui dialog dan tanya jawab secara lisan dengan pihak terkait yang dianggap perlu atau mengetahui permasalahan yang akan diteliti dengan berpedoman pada catatan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

### 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dengan cara memberikan seperangkat berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner digunakan untuk menggali data primer yang berupa tanggapan atau jawaban responden tentang *variable* yang dikaitkan dalam penelitian<sup>46</sup>.

#### I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara teratur data-data dengan metode mengorganisir informasi kedalam bagian, menerangkan kedalam bentuk, memilah nama penting dan yang hendak dipelajari, lalu menghasilkan kesimpulan. Analisa data yang di pakai pada penelitian ini ialah analisa SWOT ialah menggunakan Model Analisa SWOT menyamakan antar faktor *eksternal* kesempatan dan hambatan dengan faktor *internal* kekuatan dan kelemahan.

##### 1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal di masukan pada matriks yang disebut matriks faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Factor Analisis Summary*). Faktor eksternal di masukkan pada matriks yang disebut matriks faktor strategik eksternal EFAS (*Eksternal Faktor Analisis Summary*).

Berikut ini adalah tahapan analisis *IFAS (Internal Factor Analysis Summary)* dan *EFAS (Eksternal Faktor Analysis Summary)* di dalam sebuah perusahaan yaitu :

---

<sup>46</sup>Sugiyono. Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D, ( Bandung: Alfabeta 2011), h. 142.

- 1) Melakukan identifikasi dan menuliskan pada kolom 1 tentang kekuatan dan kelemahan.
- 2) Menetapkan rating dari asing-masing faktor kekuatan dengan angka 4 (sangat penting), 3 (penting), 2 (cukup penting), 1 (tidak penting), sedangkan kelemahan 1 (sangat penting), 2 (penting), 3 (cukup penting), 4 (tidak penting).
- 3) Menetapkan bobot faktor internal pada kolom 2, dimulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Total semua bobot harus berjumlah 1,0
- 4) Pada aspek kekuatan dan kelemahan menggunakan skala 0-1. Setiap aspek mendapat skor tertinggi sebanyak 0,5. Sehingga formulasi terbaik adalah 0,5 dibagi angka 10.

Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal ini di peroleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang di peroleh di klasifikasikan. Pemberian bobot masing-masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting), berdasarkan pengaruh tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00. Pemberian rating untuk masing-masing faktor-faktor dengan skala mulai dari 4 sampai dengan 1. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif semakin besar diberi rating 4. Tetapi Peluang Ancaman Kelemahan Kekuatan bila kecil di beri rating 1. Pemberian

rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negative semakin besar di beri rating 1, tetapi bila kecil di beri rating 4.<sup>47</sup>

## 2. Maktrik Swot

**Tabel 3.1**  
Contoh Maktrik SWOT

EFAS IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	SO	WO
Ancaman (T)	ST	WT

- a. Strategik SO (*Strenght Opportunities*) Strategik ini di buat menurut jalan pikiran perusahaan, yakni dengan menggunakan segala kekuatan buat mengambil dan menggunakan kesempatan sebesarbesarnya.
- b. Strategik ST (*Strenght Threats*) Strategik ini merupakan strategik dalam memakai kekuatan yang di miliki perusahaan untuk menanggulangi ancaman.

<sup>47</sup> Asminar et.al., "Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group)," Jurnal Agri Sains 04, no. 2 (Desember 2020): 95-96, <http://dx.doi.org/10.36355/jas.v4i2.420>.

c. Strategik WO (*Weakness Opportunities*) Strategik ini di terapkan bersumber cara memanfaatkan kesempatan yang ada dan metode meminimalisir kelemahan yang ada.

d. Strategik WT (*Weakness Thretas*)Strategik di dasarkan pada aktivitas yang bersifat defensive dan berupaya agar meminimalisir kelemahan yang ada dan menjauhi dari hambatan.

3. Diagram Analisis SWOT Besarnya faktor-faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) yang sudah dianalisa jumlah perkalian bobot faktor dan rating). Sehingga berikutnya akan dimasukkan kedalam diagram cartesius di gambarkan sebagai berikut.



**Gambar 3.1**



**Kuadran 1** : Ini keadaan yang sangat menguntungkan, perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga mampu menggunakan peluang. yang ada. Strategik yang harusnya di terapkan dalam kondisi inii ialah menunjang kebijakan perkembangan yang agresif (*growth oriented strategy*).

**Kuadran 2** : Meski menjumpai bermacam macam hambatan, perusahaan masih mempunyai kekuatan dari segi internal. Strategik yang hasrus di terapkan ialah menggunkan kekuatan untuk menggunakan peluang dalam waktu lama dengan cara strategi di versifikasi (barang atau pasar).

**Kuadran 3** : Perusahaan menjumpai kesempatan pasar yang cukup besar, namun pada lain pihak, ia menjumpai sebagian halangan atau kelemahan internal. Keadaan bisnis di kuadran 3 ini serupa dengan Question Mark pada BCG matrik. Fokus strategy perusahaan ialah meminimalisir masalah-masalah internal perusahaan agar mampu mengambil kesempatan pasar yang lebih menguntungkan. Contohnya, Apple memakai strategy meninjau kembali teknologi yang digunakan dengan proses menunjukkan produk produk terbaru dalam industry micro computer.

**Kuadran 4**: Ini adalah keadaan yang amat tidak memberi keuntungan, perusahaan itu menjumpai bermacam ancaman dan kelemahan internal.

#### **J. Pemeriksaan Keabsahan Data**

Tahap penelitian ini membutuhkan uji keabsahan agar dapat memahami validitas dan reliabilitasnya. Pada penelitian kuantitatif, agar memperoleh informasi yang real dan reliable, maka yang diuji validitas dan reliabilitasnya

merupakan instrument penelitiannya. Namun pada penelitian kualitatif untuk memperoleh atau mengetahui informasi yang valid adalah informasinya. Oleh sebab itu Sugiyono mengatakan pada penelitian kuantitatif lebih mementingkan pada tanda reliabilitas, sekalipun pada penelitian kualitatif lebih kepada tanda validitas.

Pada penelitian kualitatif, penemuan ataupun informasi bisa dikatakan real ketika tidak ditemukan adanya perbedaan antara apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya pada obyek yang diteliti. Agar data-data pada penelitian kualitatif bisa dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah maka dari itu perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan yang dapat dilaksanakan :<sup>48</sup>

#### 1. Uji Kredibilitas

Uji Kredibilitas atau biasa disebut dengan uji kepercayaan pada hasil penelitian ini agar data yang disajikan oleh peneliti, pada penelitian yang dilakukan tidak dapat diragukan untuk dijadikan sebagai sebuah karya ilmiah, dapat dilakukan beberapa hal yaitu:

##### a. Perpanjang Pengamatan

Perpanjangan pengamatan merupakan suatu cara dimana peneliti membagikan kuisioner kepada responden dalam bentuk pernyataan secara tertulis, agar peneliti dapat mendapatkan informasi.

---

<sup>48</sup> Sugiyono. Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D, ( Bandung: Alfabeta 2011), h. 48.

## b. Triangulasi

Triangulasi merupakan pengujian kredibilitas atau bisa di artikan sebagai pengecekan data dari bermacam sumber dengan bermacam metode, dan bermacam waktu. Dengan demikian ada pula triangulasi metode pengumpulan informasi, sumber, dan triangulasi waktu agar dapat menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara melihat informasi yang didapatkan dari berbagai cara, sumber maupun waktu.<sup>49</sup>

### 2. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi dimaksud penulis yaitu bukti untuk mendukung data yang didapatkan oleh peneliti. Sebagai contoh, data hasil dari kuisioner yang dibagikan kepada responden.<sup>50</sup>

### 3. *Transferability (validitas eksternal)*

*Transferability* adalah validitas eksternal pada penelitian kualitatif, validitas eksternal membuktikan bagian ketepatan dan bisa diterapkan pada hasil penelitian kepopulasi di mana sampel tersebut di ambil.

### 4. *Dependability*

*Dependability* adalah penelitian yang bisa dipercaya, dimana disebut *dependability* ketika dilakukan beberapa percobaan hasil yang didapatkan tetap sama baik itu orang lain melakukan penelitian dengan judul yang sama maka hasilnya pun juga akan sama. Pengujian *dependability* dilakukan untuk

<sup>49</sup> Setyowati, Pengelolaan Pembelajaran IPS Terpadu Berbasis Kurikulum Tingkat Satu Pendidikan (KTSP), Universitas Muhammadiyah Surakarta, , 2011. h.

<sup>50</sup> . A. Rimbawati, Bab III Metode penelitian, Dalam Pusat Perpustakaan universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015, h.61.

memperoleh audit atas semua rangkaian penelitian. Dengan upaya agar pengaudit yang independen dan pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti ketika melakukan penelitian. Misalnya dimulai sebelum peneliti menentukan permasalahan yang akan diteliti, terjun kelapangan, menganalisis data, hingga sampai dengan penyelesaian hasil penelitian.<sup>51</sup>

#### 5. Comfirmability Validitasi atau keabsahan

Sebuah data penelitian ketika tidak terjadinya perbandingan antara data-data yang didapat peneliti dengan sumber data yang sesungguhnya. Objektivitas sebuah penelitian kualitatif bisa juga dikatakan sebagai uji comfirmability penelitian. Penelitian di katakan objektif bila hasil penellitian yang didapatkan telah disetujui dengan lebih banyak orang. Pada penelitian kualitatif uji comfirmability bisa menguji hasil penelitian yang berkaitan pada proses yang telah di lakukan. Apabilah hasil penelitian yang telah dilakukan dapat berfungsi, maka pada penelitian ini telah memenuhi standar comfirmability.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Setyowati, Pengelolaan Pembelajaran IPS TerpaduBerdasarkanKurikulum Tingkat Satu Pendidikan (KTSP),Universitas Muhammadiyah Surakarta, , 2011. 74.[http://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB\\_III\\_bner.pdf](http://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf), Diakses pada tanggal 26Februari 2020

<sup>52</sup> Setyowati, Pengelolaan Pembelajaran IPS TerpaduBerdasarkanKurikulum Tingkat Satu Pendidikan (KTSP),Universitas Muhammadiyah Surakarta, , 2011. 74.[http://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB\\_III\\_bner.pdf](http://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf), Diakses pada tanggal 26Februari 2020

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman**

##### **1. Sejarah Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman**

Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman pertama kali di bangun pada Tahun 2017 Oleh Nurjaya selaku pemilik di Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng, pada awalnya Nurjaya selaku pemilik sudah memulai usahanya dengan berjualan menggunakan gerobak, melihat kondisi dan situasi banyaknya masyarakat yang minat dengan dagangannya akhirnya Nurjaya memutuskan untuk membuat Rumah Makan Pondon Bambu Morotuman dengan dorongan dan dukungan dari keluarga dan orang- orang sekitar.

Rumah Makan Pondok Bambu Morotuan ini menyediakan beberapa Menu yakni Nasi Ayam Kentucy, Nasi Ayam Lalapan, dan Nasi Ikan. Dari ke 3 Menu yang di sediakan yang menjadi menu andalan dan banyak di minati masyarakat yakni Nasi Ayam Kentucy di karenakan cita rasanya yang enak dan nikmat di tambah dengan jumlah porsi yang terbilang banyak dan harga yang sangat amat murah.

Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman sebelum adanya pandemi memiliki sekitar 5-6 orang karyawan tetapi semenjak adanya pandemi karyawan di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman sudah berkurang menjadi 3 orang karyawan saja.

## 2. Deskripsi Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil riset yang penulis lakukan dengan cara wawancara langsung kepada Manager, Karyawan dan juga konsumen Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman, maka dapat diuraikan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Identitas Informan I

Nama : Nurjaya

Umur : 30

Alamat : Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng

Pekerjaan : Pemilik Usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman

b. Identitas informan II

Nama : Dedi Eka

Umur : 27 Tahun

Alamat : Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng

Pekerjaan : Manager

c. Identitas Informan III

Nama : Maya

Umur : 20 Tahun

Alamat : Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng

Pekerjaan : Karyawan

d. Identitas Informan IV

Nama : Bian

Umur : 29

Alamat : Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng

Pekerjaan : Karyawan

e. Identitas Informan V

Nama : Winda Yufitasari

Umur : 19

Alamat : Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng

Pekerjaan : Karyawan

f. Identitas Informan VI

Nama : Nurmayanti

Umur : 23 Tahun

Status : Konsumen

g. Identitas Informan VII

Nama : Riska Hnadayani

Umur : 23 Tahun

Status : Konsumen

Usaha ini bermula pada saat owner/ pemilik usaha melihat adanya peluang dan tingginya minat masyarakat akan makanan yang ia jual yang dulunya hanya menggunakan gerobak untuk menjual keliling Nurjaya (Owner) berfikir untuk membuka Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman.

Usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuan ini buka dari jam 08.00 pagi sampai jam 20:00 malam. Dan ada berbagai macam varian menu yang di tawarkan.

Menu- menu yang ada di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman antara lain :

#### Makanan

1. Nasi + Ayam Kentucy = Rp. 12.000
2. Nasi + Ayam Goreng + Lalapan = Rp. 15.000
3. Nasi + Ikan = Rp. 15.000

#### Minuman

1. Pop Ice = Rp. 5.000
2. Jus Alpukat = Rp. 8.000

Alasan Kenapa Pak Nurjaya membuat usaha ini yaitu karna pada saat itu belum ada usaha rumah makan di lokasi tersebut dan juga menjadi salah satu usaha yang cukup menjanjikan dan sekaligus bisa membantu masyarakat yang membutuhkan pekerjaan dengan membuka lowongan pekerjaan.

#### a. Visi dan Misi Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman

Visi Perusahaan :

Menjadi warung yang inovatif dan kreatif yang di sukai oleh banyak masyarakat.

Misi Perusahaan :

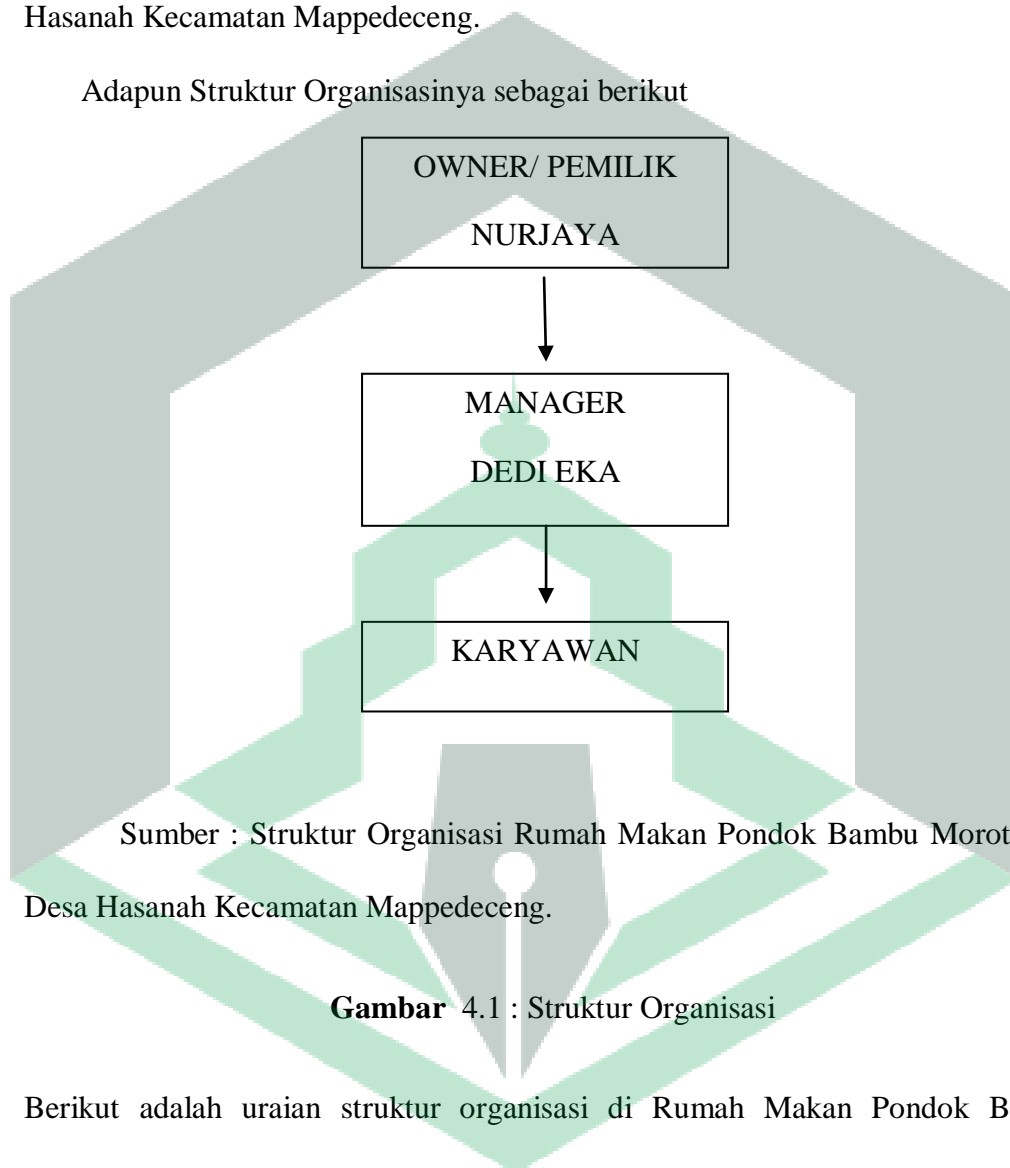
1. Menciptakan lapangan pekerjaan
2. Mengutamakan kualitas yang disajikan
3. Mengembangkan Inovasi



b. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi disini berhubungan dengan tanggung jawab dan wewenang yang ada di Rumah Makan Pondok bambu Morotuman di Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng.

Adapun Struktur Organisasinya sebagai berikut



Sumber : Struktur Organisasi Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng.

**Gambar 4.1** : Struktur Organisasi

Berikut adalah uraian struktur organisasi di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman ;

1) Owner

Owner adalah pemilik usaha yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang ada di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman

## 2) Manager

Manager adalah seorang pemimpin yang bertanggung jawab untuk mengatur dan memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan berjalan dengan lancar.

## 3) Karyawan

Karyawan adalah seseorang yang bekerja dalam suatu perusahaan atau lembaga dan digaji berupa uang.

### c. Kondisi Penjualan

Pada saat pandemi Covid-19 pendapatan yang diperoleh Rumah Makan Morotuman menurun secara drastis, yang awalnya saat sebelum pandemi melanda Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman bisa mencapai 10- 13jt perbulan tapi setelah pandemi Covid-19 Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman hanya bisa mendapatkan 6-7jt perbulan dan Pasca Covid-19 7-8jt perbulan. Pandemi Covid-19 ini sangat berpengaruh pada tingkat penjualan karena berkurangnya pembeli. Walaupun usaha ini mengalami penurunan dalam pandemi Covid-19 tetapi usaha ini masih tetap bertahan dan bersaing.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama Pak Dedi eka dapat diketahui bahwa strategi yang diterapkan di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman yaitu :

#### a. Strategi Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang akan dikeluarkan oleh konsumen, dan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Rumah Makan Pondok Bambu mematok

harga yang masih bisa dijangkau oleh para konsumen, harga menu di Rumah Makan Pondok Bambu di patok mulai dari harga Rp. 12.000 sampai dengan Rp.15.000 persorsinya.

b. Strategi Produk

Strategi Produk yang disediakan Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman memang tidak diragukan lagi karena menggunakan bahan- bahan yang terbaik, produk yang digunakan merupakan produk yan datang setiap hari sehingga bahan yang digunakan masih dalam keadaan fresh sehingga para pengunjung bisa menikmatinya masih dalam keadaan fresh.

c. Strategi Tempat

Strategi tempat yang dilakukan di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman juga menjadi daya tarik konsumen untuk datang berkunjung, banyak diantara pengunjung yang ketika datang suka melakukan foto bersama ataupun mengabadikan dengan cara video dikarenakan tempat Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman menyediakan spot foto dan ditambah dengan pondok-pondok yang membuat suasananya lebih menarik.

d. Strategi Distribusi

Distribusi merupakan suatu cara untuk menyalurkan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Strategi distribusi yang dijalankan oleh Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah yaitu dengan cara membuka jasa pesan antar, dengan cara ini konsumen cukup menunggu dirumah untuk mendapatkan produk yang di inginkan.

### 3. Penyajian Data Lingkungan internal

Analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan yang dihadapi Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman meliputi beberapa faktor :

a. Analisis kekuatan yang dimiliki antara lain :

1) Produk yang berkualitas

Produk yang disediakan Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman menggunakan bahan baku yang sehat dan segar karena setiap hari bahan baku yang baru yang digunakan, bahan baku seperti : beras, daging ayam, sayur, ikan, dan bumbu-bumbu dapur sehingga bahan baku yang digunakan terjamin bahan baku yang bagus sehingga konsumen bisa menikmatinya dengan nyaman.

2) Kelengkapan Fasilitas

Kelengkapan Fasilitas di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman seperti adanya Musholah yang bisa digunakan konsumen yang datang untuk melaksanakan sholat, adanya Tempat wudhu dan Wc, dan juga terdapat tempat parkir.

3) Transparansi Harga

Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman memiliki transparansi harga yaitu memiliki daftar harga jual produk yang sudah ditetapkan. Ketika harga bahan baku naik Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman tetap mempertahankan harga jual produknya dan tidak langsung menaikkan harga produk tetapi hanya mengurangi sedikit porsi kecuali perubahan harga itu berkelanjutan dengan waktu yang lama berbeda dengan rumah

makan lainnya yang langsung menaikkan harga jual produknya ketika harga bahan baku naik.

4) Pelayanan yang baik

Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman memiliki karyawan yang baik, sopan dan ramah dan memastikan menu dan waktu yang ditentukan sesuai permintaan konsumen, hal ini dikarenakan Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman memiliki peraturan terhadap karyawan yang membuat karyawannya taat dan disiplin.

5) Lokasi yang Strategis

Penentuan lokasi usaha merupakan suatu hal sangat penting dalam mendirikan suatu usaha, karena semakin strategis lokasi suatu usaha maka semakin memberi dampak yang baik untuk pemilik usaha seperti akan menambah pendapatan, memberikan keuntungan, dan memambah konsumen.

6) Mematuhi Protokol Kesehatan

Dalam pandemi Covid-19 Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman memberikan imbauan kepada pengunjung dan pengelola usaha tentang kewajiban untuk selalu melaksanakan protokol kesehatan dengan 3M (memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak) untuk pencegahan Covid-19.

b. Analisis kelemahan yang dimiliki antara lain :

1) Tidak ada potongan harga

Berdasarkan pengamatan dari penulis Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman tidak memberikan potongan harga atau diskon kepada konsumen yang membeli banyak produk.

2) Sistem keuangan yang manual

Berdasarkan pengamatan dari penulis, kasir Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman dalam melayani konsumennya masih menggunakan kalkulator manual, hal ini tentu akan memperlambat jual beli dalam melayani konsumennya sehingga akan mempengaruhi perusahaan tersebut.

3) Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin

Kurangnya melakukan promosi dan periklanan yang rutin yang dilakukan di media sosial, padahal sebagaimana yang kita ketahui promosi yang dilakukan di media sosial sangat berpengaruh terhadap penjual produk yang kita tawarkan.

#### **4. Penyajian Data Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman meliputi beberapa Faktor.

a. Analisis peluang yang dimiliki antara lain :

1) Rumah Makan yang sudah dikenal masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara, Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman sudah dikenal oleh masyarakat mulai dari tahun 2017 sampai

sekarang, sehingga Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman masih eksis dikalangan masyarakat.

2) Ketersediaan bahan baku

Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman memiliki bahan baku yang selalu tersedia karena memiliki langganan tetap yang mengantarkan bahan baku setiap harinya sehingga bahan baku selalu ada dan mudah untuk didapatkan.

3) Mempertahankan khas dan cita rasa

Seiring berjalannya waktu banyak warung makan yang mengalami perubahan pada khas dan cita rasanya, berbeda dengan Rumah Makan Pondok Bambu yang selalu mempertahankan khas dan cita rasanya sehingga membuat pelanggan atau para konsumen tetap bertahan.

b. Analisis ancaman yang dimiliki antara lain :

1) Harga bahan baku yang tidak menentu

Harga bahan baku sangat penting dalam setiap usaha yang dijalankan karena perubahan harga bahan baku dapat mempengaruhi harga jual produk, bahan baku yang tidak menetap seperti beras, ayam, ikan, sayur dan lainnya, apabila harga bahan baku terus naik maka perusahaan akan rugi atau bangkrut dan apabila perusahaan menaikkan harga jual produk makan akan sangat mempengaruhi minat konsumen.

2) Persaingan dari produk yang sama

Persaingan tentu akan menjadi ancaman besar bagi Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman, apalagi pesaing baru yang menemukan celah

untuk bersaing seperti harga, pelayanan, cita rasa dan lain sebagainya yang membuat perusahaan tersebut lebih unggul dan menarik perhatian para konsumen.

### 3) Covid-19

Covid-19 merupakan salah satu yang menjadi ancaman karena dengan adanya pandemi covid-19 pengunjung menjadi kesulitan untuk berkunjung langsung ke rumah makan pondok bambu morotuman, dan juga tingkat kepercayaan konsumen akan suatu produk menjadi berkurang.

### 4) Tidak memanfaatkan/ Tidak mengikuti perkembangan Teknologi yang baru

Berdasarkan pengamatan dari penulis, seiring berjalannya waktu untuk sekarang ini dimana semua serba canggih, hal ini tentu akan menjadi ancaman bagi Rumah Makan Pondok Bambu jika tidak menyesuaikan teknologi tersebut, seperti laporan keuangan, pengecekan harga dan lain sebagainya yang dapat memudahkan karyawan dalam berinteraksi dengan konsumen.



## Analisis Swot Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman

Tabel 4.1

Kekuatan (Strenght)	Kelemahan (Weakness)
1. Produk yang berkualitas	1. Tidak ada potongan harga
2. Kelengkapan Fasilitas	2. Sistem keuangan yang manual
3. Transparansi Harga	3. Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin.
4. Pelayanan yang baik	
5. Lokasi yang strategis	
6. Mematuhi Protokol kesehatan	
Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
1. Rumah makan sudah dikenal masyarakat	1. Harga bahan baku yang tidak menentu
2. Ketersediaan bahan baku	2. Pesaing dari produk lain
3. Mempertahankan Khas dan cita rasa	3. Covid-19
	4. Tidak memanfaatkan/ tidak mengikuti perkembangan teknologi yang baru

5. Analisis IFAS ( *Internal Factor Analisis Summary* ) dan EFAS ( *Eksternal Factor Analisis Summary* )

a. IFAS ( *Internal Factor Analisis Summary* )

Perhitungan skor bobot pada IFAS ( *Internal Faktor Analisis Summary* )

dihasilkan berdasarkan perkalian dengan rating berdasarkan tabel

**Tabel 4.2**IFAS ( *Internal Analisis Summary* )

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan ( <i>Strength</i> )</b>				
1	Produk yang berkualitas	0.15	4	0.59
2	Kelengkapan Fasilitas	0.10	3	0.29
3	Transparansi Harga	0.10	3	0.29
4	Pelayanan yang baik	0.13	4	0.45
5	Lokasi yang strategis	0.14	4	0.54
6	Mematuhi Protokol kesehatan	0.12	3	0.41
Subtotal		<b>0.74</b>	<b>20.33</b>	<b>2.57</b>
<b>Kelemahan ( <i>Weaknees</i> )</b>				
1	Tidak ada potongan harga	0.09	2.5	0.23
2	Sistem keuangan yang manual	0.07	1.8	0.12
3	Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin	0.10	3	0.26
Subtotal		<b>0.26</b>	<b>7</b>	<b>0.61</b>
Total		<b>1.00</b>	<b>27.33</b>	<b>3.18</b>

Sumber : Data Kuesioner di olah menggunakan Excel 2010

Pada tabel 4.3 dapat kita liha bahwa faktor internal yang mempunyai kekuatan tinggi yaitu produk yang berkualitas. Hal ini dapat kita lihat dari nilai bobot sebesar 0.15 dengan rating 4 dan skor terbesar 0.59. selain identifikasi terhadap kekuatan internal Rumah Makan Pondok Bambu Motoruman maktriks IFAS juga menunjukkan kelemahan yang terbesar dimiliki oleh Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman yaitu system keuangan yang manual, hal ini dapat kita lihat dari bobot yang dimiliki yaitu 0.07 dengan rating 1.8 dan skor 0.12.

Hasil analisis pada tabel diketahui total skor *Strength* sebesar 2.57 dan total skor *Weakness* sebesar 0.61. Total skor IFAS sebesar 3.18 yang didapatkan

dari penjumlahan total skor *Strength* dengan total skor *Weakness*. Karena total skor diatas 2.5 ini mengindikasikan posisi internal yang kuat.

b. EFAS ( Eksternal Factor Analisis Summary )

Perhitungan skor bobot pada EFAS ( *Eksternal Faktor Analisis Summary* ) dihasilkan berdasarkan perkalian dengan rating berdasarkan tabel

**Tabel 4.4**

EFAS ( *Eksternal Faktor Analisis Summary* )

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang ( Opportunities )</i>				
1	Rumah makan sudah di kenal masyarakat	0.15	3	0.47
2	Ketersediaan bahan baku	0.16	4	0.57
3	Mempertahanan Khas dan cita rasa	0.16	4	0.57
Subtotal		<b>0.47</b>	<b>10.17</b>	<b>1.61</b>
<i>Ancaman ( Threats )</i>				
1	Harga bahan baku yang tidak menentu	0.14	3	0.42
2	Pesaing dari produk lain	0.09	2	0.16
3	Covid-19	0.18	4	0.68
4	Tidak memanfaatkan/ mengikuti Teknologi yang baru	0.12	3	0.33
Subtotal		<b>0.53</b>	<b>11.33</b>	<b>1.59</b>
Total		<b>1.00</b>	<b>21.50</b>	<b>3.20</b>

Sumber : Data Kuesioner diolah menggunakan Excel 2010

Pada tabel 4.4 dapat kita lihat bahwa faktor eksternal yang memberikan peluang terbesar di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman adalah ketersediaan bahan baku hal ini dapat dilihat dengan bobot yang dimiliki adalah 0.16 dengan rating 4 dan skor 0.54. Faktor yang memberikan ancaman terbesar

adalah selera konsumen hal ini dapat dilihat dari bobot yang dimiliki yaitu 0.18 dengan rating 4 dan skor 0.68.

Hasil analisis pada tabel diketahui total Peluang (*Opportunity*) sebesar 1.61 dan total skor Ancaman (*Threat*) 1.59. Total EFAS sebesar 3.20 yang didapatkan dari penjumlahan total skor *Opportunity* dengan *Weakness*. Karena total skor mendekati 4.0 ini mengidentifikasi bahwa Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman merespon peluang yang ada dengan cara yang luas biasa dan menghindari ancaman- ancaman pasar.

Selanjutnya penentuan posisi Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman dengan menggunakan faktor internal dan faktor eksternal.

**Tabel 4.4**

Analisis Swot Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman

IFAS	3.18	EFAS	3.20
Total Skor Kekuatan (S)	2.57	Total Skor Peluang (O)	1.61
Total Skor Kelemahan (W)	0.61	Total Skor Ancaman (T)	1.59
$X = S - W$	1.96	$Y = O - T$	0.02

Dari tabel 4.5 diatas diketahui bahwa Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman mempunyai IFAS 3.18 EFAS 3.20, total skor kekuatan (S) 2.57, total skor kelemahan (W) 0.61, total skor peluang (O) 1.61, total skor ancaman (T) 1.59. Maka diketahui selisi total skor kekuatan dan total skor kelemahan (X) adalah 1.96, sedangkan selisih total skor peluang dan total skor ancaman (Y)

adalah 0.02. berikut ini gambar diagram kartesius Analisis SWOT Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman.

### C. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan, dengan menggunakan matriks maka kita dapat melihat bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki, matriks dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Matriks SWOT pada gambar diatas menghasilkan empat alternatif strategis yang dapat diambil oleh usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman di desa Hasanah dalam menentukan strategi perusahaan kedepannya agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Ada beberapa alternative strategi, yaitu :

#### a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

Adapun kekuatan yang dimiliki usaha Rumah Makan Pondok Bambu morotuman dalam memanfaatkan peluang usaha antara lain :

- 1) Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah atau desa hasanah seperti memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi/pemasaran
- 2) Mempertahankan aset perusahaan.

- 3) Meningkatkan kegiatan promosi dengan Memanfaatkan teknologi internet secara maksimal.
- 4) Pelayanan dan bahan terbaik dengan pembaharuan varian menu.

b. Strategi WO (*Weakness- Opportunities*)

Strategi *Weakness- Opportunities* adalah strategi perusahaan dalam memanfaatkan peluang dengan cara menimbukan kelemahan perusahaan.

Beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman antara lain :

- 1) Memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli banyak produk.
- 2) memelihara kepercayaan masyarakat dengan tansparansi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan
- 3) Elakukan kreatifitas dan inovasi agar lebih berkembang dan menarik perhatian konsumen.

c. Strategi ST (*Strenghts-Threats*)

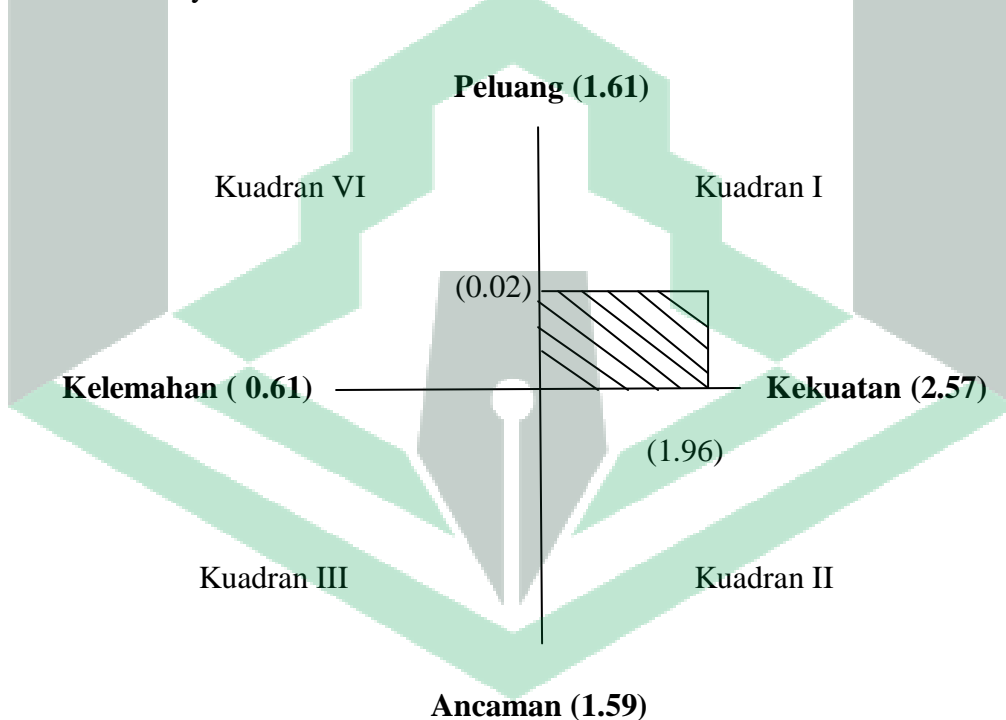
Strategi *Strength-Threats* adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman. Berikut strategi ST yang dapat menjadi alternatif bagi usaha Rumah Makan Pondok Bambu antara lain :

- 1) Mengantisipasi pesaing baru dengan konsisten menetapkan tarif yang terjangkau diimbangi dengan kinerja pelayanan yang berkualitas.
- 2) Memberikan fasilitas dan harga terjangkau untuk konsumen.
- 3) Cita rasa yang khas menjadi andalan bersaing dengan kompetitor baru.

d. Strategi WT (*Weakness- Threats*)

Strategi Weakness-Threats adalah strategi yang diterapkan oleh perusahaan yang berada dalam kondisi kritis, dimana perusahaan tidak memiliki kekuatan dan peluang. Strategi ini berusaha meminialkan kelemahan yang dimiliki serta menghindari ancaman. Berikut alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman, antara lain :

- 1) Tetap mempertahankan cita rasa yang Khas dan menjadikan competitor sebagai motivasi usaha.
- 2) Konsisten untuk selalu memperbaharui menu varian agar konsumen loyal.



**Gambar 4.2** Diagram kartesius Analisis SWOT Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman

Dari gambar diatas, dapat kita lihat bahwa posisi Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman yang teliti berada pada posisi kuadran Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) dimana pada posisi tersebut merupakan situasi yang menguntungkan. Karena berada pada kuadran I maka strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan yang agresif, dengan menggunakan strategi *growth* usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada sehingga usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman dapat menyeimbangkan perkembangan teknologi informasi dan daerah pemasaran dari produk pesaing.

Pada pertumbuhan internal ada beberapa penekanan untuk meningkatkan kekuatan yang dimiliki, kekuatan usaha melalui penetrasi pasar, ekspansi dengan cara memperluas daerah pemasaran serta ekspansi pada bentuk produk yang dipasarkan, sedangkan pada pertumbuhan eksternal yang dapat dilakukan yaitu diversifikasi produk dan integrasi<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Mukhlis Catio, at.,al,” Manajemen Strategi”, Cet. 01 (Tangerang: Indigo Media, 2021), 198.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis data mengenai strategi mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Covid-19 Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara yaitu, berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS bahwa keadaan internal dan eksternal usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman adalah berada pada kuadran I,

Pada posisi ini menggambarkan bahwa perusahaan memiliki peluang dan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada, strategi produk, strategi harga serta memiliki faktor internal dan eksternal yang berada di lingkungan perusahaan dengan menggunakan kekuatan yang miliki untuk bersaing seperti, kelengkapan pelayanan, produk yang berkualitas, transparansi harga, pelayanan yang baik, lokasi yang strategis dan mematuhi protokol kesehatan, kemudian memimalkan kelemahan yang dimiliki yaitu, tidak adanya potongan harga, system keuangan yang manual dan kurangnya promosi dan periklanan yang rutin, memanfaatkan peluang sebesar-besarnya seperti, rumah makan yang sudah di kenal dimasyarakat, ketersediaan bahan baku, dan memperhatikan khas dan cita rasa kemudian mengantisipasi atau menghindari dari berbagai ancaman yang dimiliki seperti, harga bahan baku yang tidak menentu, pesaing dari produk lain, selera konsumen dan teknologi yang baru.

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk pemilik usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman desa Hasanah, adapun saran-sarannya sebagai berikut :

1. Bagi pihak usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman dalam inovasinya diharapkan menggunakan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dengan memberikan potongan harga, meningkatkan promosi dengan memanfaatkan teknologi internet, pelayanan dan bahan yang terbaik dengan memperbaharui varian menu.
2. Bagi pihak usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman desa Hasanah disarankan untuk memperkuat kembali bisnis yang telah dijalankan dengan cara meningkatkan cita rasanya serta mengembangkan produk dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan gaya hidup konsumen serta standar kesehatan dimasa pandemi Covid-19.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan penelitian ini dan mengadakan penelitian lebih lanjut terhadap usaha Rumah Makan Pondok Bambu Morotumah Desa Hasanah Kec. Mappedeceng



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Halim."Pengaruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1. 2 .<https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39/30>.
- Abdurohim, Dindin." *Strategi Pengembangan Kelembagaan Umkm.* ", Edition By 1.Yogyakarta: Lembaga Penerbit Bintang Pustaka Madani, 2020.
- Amri, Andi. "Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia." *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran* 2.1 (2020): 123-131.<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/605/441>.
- Asminar, Asminar, Ayu Alda Vera, and Asnawati Is. "Strategi Pengembangan Keripik Jamur Tiram Putih di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo (Studi Kasus Home Industry Fiisa Group)." *JAS (Jurnal Agri Sains)* 4.2 (2020): 92-107.<http://dx.doi.org/10.36355/jas.v4i2.420>.
- Azizah, Fadilah Nur, et al. "Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal." *OECONOMICUS Journal of Economics* 5.1 (2020). <https://www.readcube.co/articles/10.15642%2Foje.2020.5.1.46-62>.
- Jayanti, D. E. W. I. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Hotel Cherry Pink KH. Wahid Hasyim Medan." (2001).. [https://www.academia.edu/30437216/Skripsi\\_Analisis\\_Swot\\_Sebagai\\_Strategi\\_Meningkatkan\\_Daya\\_Saing\\_Pada\\_Hotel\\_Cherry\\_Pink\\_Kh.Wahid\\_Hasyim](https://www.academia.edu/30437216/Skripsi_Analisis_Swot_Sebagai_Strategi_Meningkatkan_Daya_Saing_Pada_Hotel_Cherry_Pink_Kh.Wahid_Hasyim).
- Khairunnisaa, Khairunnisaa, et al. "Analisis Swot terhadap Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Alu." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (2020): 145-159. <https://jurnal.feb.unila.ac.id/index.php/jbm/article/view/78/51>.

laura Hardilawati, Wan. "Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi covid-19." *jurnal akuntansi dan ekonomika* 10.1 (2020): 89-98. <https://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1934/1223>.

Moeleong, Lexi J. "*Metode Penelitian Kualitatif*". Bandung: Rosda Karya, 2010.

Noor, Syamsudin. "Penerapan analisis swot Dalam menentukan strategi pemasaran Daihatsu luxio di malang (studi kasus pada pt. Astra international tbk.–daihatsu malang)." *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga* 14.2 (2014). <https://ejournal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/download/181/170>

Pakpahan, Aknolt Kristian. "Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* (2020): 59-64. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/jurnalIlmiahHubunganInternasional/article/view/3870>.

Pendidikan 2, Dosen, "Tujuan Umkm", 05 April 2021. <http://dosenpendidikan.co.id>. 28 Maret 2022.

Perdamaian, Putri Diah Januar, Adinda Puspita, and Neng Frida. "Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia." *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan* 2.3 (2020): 129-139. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1459>.

Purnamasari, Andiny Indah. "Strategi Kantor Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kabupaten Bintan Dalam Meningkatkan Minat Dan Budaya Baca Masyarakat." (2016). <https://jurnal.urah.ac.id/archives/5917>.

Rangkuti dan Freddy. "*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*" Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2006.

- Rimbawati, A. "*Bab III Metode Penelitian*". Pusat Perpustakaan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2015.
- Rosmadi, Maskarto Lucky Nara. "Penerapan strategi bisnis di masa pandemi Covid-19." *IKRAITH-EKONOMIKA* 4.1 (2021): 122-127. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1064>.
- Setyowati, Setyowati. *Pengelolaan Pembelajaran Ips Terpadu Berbasis Kuriku Lum Tingkat Satuan Pendidikan (Ktsp)(Studi Situs Di Smp Negeri 1 Wonogiri)*. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011. <http://eprints.ums.ac.id/12891/>.
- Siagian, Ade Onny, and Yoyok Cahyono. "Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS* 3.1 (2021): 206-217. <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/212>.
- Suci, Yuli Rahmini. "Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia." *jurnal ilmiah cano ekonomos* 6.1 (2017): 51-58. [https://e-journal.upp.ac id/index.php/Cano/article/view/1239](https://e-journal.upp.ac.id/index.php/Cano/article/view/1239).
- Sugi, Priharto. "Contoh usaha umkm kriteria umkm pembukuan umkm pengertian umkm dan undang- undang", 20 Mei 2020. <https://accuate.id>.
- Sugiyono. "*Metodelogi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*". Bandung: Alfabeta, 2011.
- Susanti, Ari, Budi Istiyanto dan Muhammad Jalari, "Strategi Umkm pada masa pandemi Covid-19," *Jurnal Neolectura* 1,2 (2020). <https://journal.neolectura.com/index.php/Kangmas/article/download/50/36/235>.
- Wawancara dengan pemilik "Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah."

Wijoyo, Hadion. "*Strategi Pemasaran Umkm di Masa Pandemi*", Edition By 1, Sumatra Barat: Lembaga Penerbit Insan Cendikia Mandiri, 2020.

Wisnubroto, Petrus, Muhammad Yusuf, and Joao Mario Freitas. "Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dengan Pendekatan Technology Atlas Project Method." *Jurnal teknologi* 6.2 (2013): 161-168. [Ht tps://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jurtek/article/view/1247](https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jurtek/article/view/1247)



## Lampiran 1 :

### PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

#### A. Data Responden

Nama/Insial :

Usia :

Jabatan :

Pendidikan :

#### B. Pertanyaan

1. Bagaimana Sejarah berdirinya Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman ?
2. Apa Visi Rumah Makan Pondok Bambu Motoruman ?
3. Apa Misi Rumah Makan Pondok Bmbu Morotuman ?
4. Apa yang menjadi kekuatan di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman ?
5. Apa saja kelemahan di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman ?
6. Apa saja Peluang yang dapat di manfaatkan di Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman ?
7. Siapakah yang menjadi ancaman dalam menjalankan usaha ini ?
8. Apa saja jenis produk yang di tawarkan ?
9. Apa produk unggulan yagn dijual ?
10. Berapa harga yang ditawarkan pada tiap- tiap jenis produk ?
11. Bagaimana kualitas produk yang anda tawarkan ( pemilihan bahan baku ) ?



12. Menurut anda apakah harga yang ditawarkan sudah mengikuti pasaran ?

13. Dalam melakukan promosi media apa saja yang digunakan ?



## Lampiran 2

### LEMBAR KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR ANALISIS SWOT

#### Kuesioner Penelitian (Pengukuran Rating)

##### A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan terakhir :

##### B. Penunjuk Pengisian

Keterangan Mohon memberi tanda cetang (√) pada pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda ketahui.

##### Pebobotan

- 1 = Tidak Penting
- 2 = Cukup Penting
- 3 = Penting
- 4 = Sangat Penting

##### Rating

- 1 = Tidak kuat
- 2 = Kurang kuat
- 3 = Kuat
- 4 = Sangat kuat

## C. Daftar Pertanyaan

No	Faktor-faktor	Rating			
	Faktor Kekuatan				
1	Produk yang berkualitas				
2	Kelengkapan Pelayanan				
3	Transparansi Harga				
4	Pelayanan yang baik				
5	Lokasi yang strategis				
6	Mematuhi Protokol kesehatan				
	Faktor Kelemahan				
1	Tidak ada potongan harga				
2	Sistem keuangan yang manual				
3	Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin				
	Faktor Peluang				
1	Rumah makan yang sudah dikenal masyarakat				
2	Ketersediaan bahan baku				
3	Mempertahankan Khas dan cita rasa				
	Faktor Ancaman				
1	Harga bahan baku yang tidak menentu				
2	Pesaing dari produk lain				
3	Covid-19				
4	Teknologi yang baru				

IFAS ( *Internal Analisis Summary* )

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan ( Strength )				
1	Produk yang berkualitas	0.15	4	0.59
2	Kelengkapan Fasilitas	0.10	3	0.29
3	Transparansi Harga	0.10	3	0.29
4	Pelayanan yang baik	0.13	4	0.45
5	Lokasi yang strategis	0.14	4	0.54
6	Mematuhi Protokol kesehatan	0.12	3	0.41
	Subtotal	0.74	20.33	2.57
Kelemahan ( Weakness )				
1	Tidak ada potongan harga	0.09	2.5	0.23
2	Sistem keuangan yang manual	0.07	1.8	0.12
3	Kurangnya promosi dan periklanan yang rutin	0.10	3	0.26
	Subtotal	0.26	7	0.61
	Total	1.00	27.33	3.18

EFAS ( *Eksternal Faktor Analisis Summary* )

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang ( Opportunities )				
1	Rumah makan sudah di kenal masyarakat	0.15	3	0.47
2	Ketersediaan bahan baku	0.16	4	0.57
3	Mempertahankan Khas dan cita rasa	0.16	4	0.57
	Subtotal	0.47	10.17	1.61
Ancaman ( Threats )				
1	Harga bahan baku yang tidak menentu	0.14	3	0.42
2	Pesaing dari produk lain	0.09	2	0.16
3	Covid-19	0.18	4	0.68
4	Tidak memanfaatkan/ mengikuti Teknologi yang baru	0.12	3	0.33
	Subtotal	0.53	11.33	1.59
	Total	1.00	21.50	3.20

Lampiran 3

Dokumentasi Penelitian





## Lampiran 5 SK Penguji

  
SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
NOMOR : 262 TAHUN 2022  
TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

---

REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses pengujian tugas akhir skripsi bagi mahasiswa Program S1, maka dipandang perlu dibentuk Dosen Penguji Seminar Hasil dan Ujian Munaqasyah;  
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat Keputusan Rektor.

Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;  
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo Menjadi IAIN Palopo;  
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan penguji dari ketua prodi

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM S1 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Pertama : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas.

Kedua : Tugas Dosen Penguji Tugas akhir skripsi mahasiswa adalah : mengoreksi, mengarahkan, menilai/ mengevaluasi dan menguji kompetensi dan kemampuan mahasiswa berdasarkan skripsi yang diajukan serta memberi dan menyampaikan hasil keputusan atas pelaksanaan ujian skripsi mahasiswa berdasarkan pertimbangan tingkat penguasaan dan kualitas penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.

Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN PALOPO TAHUN 2022.

Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal di tetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pengujian munaqasyah selesai, dan akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya.

Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palopo  
Pada Tanggal : 14 April 2022

  
Kamillah M

Tembusan :

1. Kabiro AUAK;
2. Pertianggal;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;

LAMPIRAN : SURAT KEPUTUSAN REKTOR IAIN PALOPO  
NOMOR : 262 TAHUN 2022  
TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA MAHASISWA INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Megawati  
NIM : 17 0401 0211  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah
- II. Judul Skripsi : Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan di masa Covid-19  
(Studi Kasus Rumah Makan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah)
- III. Tim Dosen Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Ramlah M, M.M.  
Sekretaris : Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.  
Penguji Utama (I) : Muzayyanah Jahani, ST., M.M.  
Pembantu Penguji (II) : Edi Indra Setiawan, SE., M.M.

Palopo, 14 April 2022



Rektor  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Ramlah M



## Lampiran 6 Buku Kontrol

5

Buku Kontrol Penulisan SkripsiKonsultasi ke, 1 Hari Tanggal, Kamis, 12 Agustus 2021**Tahap Penulisan Proposal**

## Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Memperbaiki latar belakang
2	Penulisan
3	Daftar pustaka
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I



NIP, Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

**Buku Kontrol Penulisan Skripsi****LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN**

Konsultasi ke, \_\_\_\_\_ Hari Tanggal, \_\_\_\_\_

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji 1.

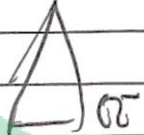
MUZAYYANAH JABARI, ST., M.M.  
NIP,**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**

25


Buku Kontrol Penulisan Skripsi**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN  
SEMINAR HASIL PENELITIAN**

Konsultasi ke, \_\_\_\_\_ Hari Tanggal, \_\_\_\_\_


## Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji II.

  
 EDY INORA SETIAWAN, S.E., M.M.  
 NIP,
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**

## Lampiran 7 Kartu Kontrol


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Bab Kudu Palopo 91914 Telpun 085243175771  
 Email: info@iainpalopo.ac.id Website: www.iainpalopo.ac.id

---

**KARTU KONTROL  
SEMINAR HASIL SKRIPSI**

Nama : Megawati  
 NIM : 17 04 01 01 12  
 Prodi : Ekonomi Syariah

NO	TARIGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	13 April 2022	Mawati Imayus	Analisis Peranan Badan Usaha Syariah dan Peran Syariah Pasca Pandemi Covid-19		Online
2	20 April 2022	Milawati	Stakeholder Perencanaan Keuangan Syariah dan Peran Syariah Pasca Pandemi Covid-19		Online
3	9 April 2022	Musdalifah	Peranan Syariah: Efisiensi, Keberlanjutan, dan Inovasi dalam Keuangan Syariah Pasca Pandemi Covid-19		Online
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Rarniah M., M.M.  
 NIP-1981020811994032001

NB:  
 - Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian  
 - Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.

## Lampiran 8 Halaman Nota Dinas Pembimbing

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp:-  
Hal : Skripsi Penelitian  
Yth.Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo  
Di  
Palopo  
*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Megawati  
NIM : 17 0401 0212  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappadeceng Kabupaten Luwu Utara)

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing

  
Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.  
Tanggal:

## Lampiran 9 Halaman Persetujuan Pembimbing

### HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappadeceng Kabupaten Luwu Utara) yang ditulis oleh:

Nama : Megawati  
Nim : 17 0401 0212  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian munaqasyah.  
Demikian disampaikan pada proses selanjutnya.

Pembimbing



Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

Tanggal:

## Lampiran 10 Nota Dinas Pembimbing

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp:-

Hal : Skripsi Penelitian

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Megawati

NIM : 17 0401 0212

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappadeceng Kabupaten Luwu Utara)

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing



Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.

Tanggal:

## Lampiran 11 Halaman Persetujuan Penguji

### HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan Lesahan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappadeceng Kabupaten Luwu Utara) yang ditulis oleh Megawati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0401 0212, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil pada hari Kamis tanggal 2 Juni 2022 telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian munaqasyah.

#### TIM PENGUJI

1. Dr. Muh.Ruslan Abdullah, S.El., M.A.  
Ketua Sidang/Penguji ( )
2. Dr. Fasiha, M.El.  
Sekretaris Sidang/Penguji ( )
3. Muzzayanah Jabani, ST., M.M.  
Penguji I ( )
4. Edi Indra Setiawan SEI., M.M.  
Penguji II ( )
5. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.  
Pembimbing/Penguji ( )



## Lampiran 12 Nota Dinas Penguji

### NOTA DINAS PENGUJI

Lamp : Exampler

Hal : Skripsi an. Megawati

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di  
Palopo

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil Penelitian Terdahulu, baik secara segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Megawati

NIM : 17 0401 0212

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Strategi Mempertahankan Eksistensi dan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rumah Makan Lesehan Pondok Bambu Morotuman Desa Hasanah Kecamatan Mappadeceng Kabupaten Luwu Utara)

Maka skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian disampaikan pada proses selanjutnya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

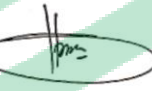
1. Muzzayannah Jabani, ST., M.M.  
Penguji I

(  )

2. Edi Indra Setiawan SEI., M.M.  
Penguji II

(  )

3. Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc.  
Pembimbing/Penguji

(  )

## Laporan 12 Surat Keterangan Bebas Mata Kuliah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI EKONOMI SYARIAH

Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771  
Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

### SURAT KETERANGAN

NOMOR: B576/In.19/FEBI.04/KS.02/EKS/06/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Megawati

NIM : 17 0401 0212

Program Studi : Ekonomi Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi ekonomi syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2020/2021 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 27 Juni 2022  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasihah, M.EI

## Lampiran 13 Surat Keterangan Maktrikulasi




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**Syahadah**

Nomor : In.19/PP/UPT/MAHAD AL-JAMI'AH/ 0086 /VII/2018

Diberikan kepada :

**MEGAWATI**  
NIM : 17 0401 0212

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo  
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku  
*Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Dua Juli Dua Ribu Delapan Belas*



Rektor IAIN Palopo  
**Dr. Abdul Pirol, M.Ag.**  
NIP.19691104 199403 1 004



Kepala Unit  
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo  
**Dr. Mafah Takwim, M.HI**  
NIP.19680503 199803 1 005



## Lampiran 14 Surat Ket. Membaca Dan Menulis Al-Qur'an



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Bitti Telp (0471) 22076 Balandi - Kota Palopo  
 Email-febi@iainpalopo.ac.id

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan ~~kurang/baik/lancar~~ *coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.*

Nama : Megawati  
 NIM : 17 04010212  
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

30 Maret 2022

Mengetahui:

Ketua Prodi

  
 Dr. Fasihah, S.EI., M.EI.

Dosen Penguji

  
 Ishak, S.EI., M.EI.

## Lampiran 15 Sertifikat Oscar/Penbaharu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**  
 PANITIA PELAKSANA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN  
Jln. Agatis Kelurahan Balandai Kota Palopo, Telp. 0471-22075 Fax. 0471-325195

---

*Sertifikat*

Nomor: /SC/PBAK/IAIN/PLP/08/2017  
 Diberikan Kepada:

*MEGAWATI*

Sebagai **Peserta** pada kegiatan Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) Institut Agama Islam Negeri Palopo tahun akademik 2017/2018 yang dilaksanakan pada tanggal 26 s.d 28 Agustus 2017 dan dinyatakan **Lulus**.

Ketua Panitia



Dr. Helmi Kamal, M.HI.

Mengetahui;  
 Rektor



Dr. Abdul Pirol, M.Ag.


Palopo, 29 Agustus 2017  
 Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa



Fikram Kasim




## Lampiran 16 Transkrip Nilai



**Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**  
*Jl. Agatis Balandi*  
 Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: [kontak@iainpalopo.ac.id](mailto:kontak@iainpalopo.ac.id)


**Laporan Hasil Studi Mahasiswa**

Nama : MEGAWATI  
 NIM : 17 0401 0212  
 Dosen PA : Belum diset

Tahun Akademik : TA 2017/2018 Ganjil  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Semester : 1

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1 MKI1912001	BAHASA ARAB	2	B-	2,75	5,50
2 MKI1912002	BAHASA INDONESIA	2	A	3,75	7,50
3 MKI1912003	BAHASA INGGRIS	2	C+	2,50	5,00
4 MKI1912004	PENDIDIKAN KEWARGAAN	2	B	3,00	6,00
5 MKI1912005	MBTA	2	A	3,75	7,50
6 MKI1912006	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	2	A-	3,50	7,00
7 MKI1912007	PENGANTAR FIQHI DAN USHUL FIQHI	2	A-	3,50	7,00
8 MKI1912008	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	2	A	3,75	7,50
9 MKI1912009	PENGETAHUAN KOMPUTER	2	A+	4,00	8,00
10 MKI1912010	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	2	B+	3,25	6,50
11 MKI1912011	PENGANTAR FILSAFAT	2	A	3,75	7,50
12 MKI1912012	TAUHID	2	B	3,00	6,00
Jumlah :				24	81,00

Index Prestasi Semester : 3,38  
 Index Prestasi Kumulatif : 3,38  
 Total SKS Lulus : 24  
 Total SKS Perolehan : 24  
 Max SKS Semester Depan : 24

Palopo, 02 Sep 2020  
 Mengetahui,  
 Ketua Prodi Ekonomi Syariah  
  
 Dr. Faalha, S.E., M.El  
 NIP. 198102132006042002

**Keterangan:**  
 (-) Nilai Mata kuliah belum masuk dari jurusan/dosen.  
 (BL) Nilai belum lengkap.



## Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balanda

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: [kantak@iainpalopo.ac.id](mailto:kantak@iainpalopo.ac.id)

### Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : MEGAWATI  
NIM : 17 0401 0212  
Dosen PA : Belum diisi

Tahun Akademik : TA 2017/2018 Genap  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Semester : 2

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	B x K
1 MKEKS2201	BAHASA INGGRIS EKONOMI	2	A-	3.50	7.00
2 MKEKS2202	PENGANTAR MANAGEMEN	2	B-	2.75	5.50
3 MKEKS2203	ULUMUL HADIST	2	A-	3.50	7.00
4 MKEKS2204	PENGANTAR ILMU EKONOMI	2	A	3.75	7.50
5 MKEKS2205	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	2	A	3.75	7.50
6 MKEKS2206	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	2	A-	3.50	7.00
7 MKEKS2207	APLIKASI KOMPUTER	2	A-	3.50	7.00
8 MKEKS2208	EKONOMI WILAYAH DAN KEARIFAN LOKAL	2	A-	3.50	7.00
9 MKF04201	PENGANTAR AKUNTANSI	2	B-	2.75	5.50
10 MKF04202	DASAR-DASAR EKONOMI DAN BISNIS ISLA	3	A+	4.00	12.00
11 MKI1922013	ULUMUL QURAN	2	A+	4.00	8.00
Jumlah :		23			81.00

Index Prestasi Semester : 3.52  
Index Prestasi Kumulatif : 3.45  
Total SKS Lulus : 47  
Total SKS Perolehan : 47  
Max SKS Semester Depan : 24



Dr. Fasihah S.L.M.E  
NIP. 198102132006042002

**Keterangan:**

(-) Nilai Mata kuliah belum masuk dari jurusan/dosen.  
(BL) Nilai belum lengkap.



## Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandi

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: [kontak@iainpalopo.ac.id](mailto:kontak@iainpalopo.ac.id)

### Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : MEGAWATI  
 NIM : 17 0401 0212  
 Dosen PA : Belum di test

Tahun Akademik : TA 2018/2019 Ganjil  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Semester : 3

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1 MKEK3213	AKUNTANSI SYARIAH	2	A-	3.50	7.00
2 MKEK3214	ASURANSI SYARIAH	2	B+	3.25	6.50
3 MKEK3309	ETIKA BISNIS ISLAM	3	B+	3.25	9.75
4 MKEK3310	MATEMATIKA EKONOMI	2	A-	3.50	7.00
5 MKEK3311	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	3	A+	4.00	12.00
6 MKEK3312	TAFSIR AYAT DAN HADIST EKONOMI	3	A+	4.00	12.00
7 MKF043203	EKONOMI MIKRO ISLAM	2	A	3.75	7.50
8 MKF043204	EKONOMI MAKRO ISLAM	2	A+	4.00	8.00
9 MKF043205	LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	2	A-	3.50	7.00
Jumlah :		21			76.75

Index Prestasi Semester : 3.65

Index Prestasi Kumulatif : 3.51

Total SKS Lulus : 68

Total SKS Perolehan : 68 Max SKS

Semester Depan : 24

Palopo, 02 Sep 2020

Mendataru

Prodi Ekonomi Syariah

IAIN Palopo

Dr. Faalish S.F., M.F.I.

NIP: 196102132006042002

**Keterangan:**

(-) Nilai Mata kuliah belum masuk dari jurusan/dosen.

(BL) Nilai belum lengkap.





## Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Jl. Agatis Balandi

Telp. 0471 22076, Fax. 0471 325195, Website: <http://iainpalopo.ac.id>, Email: [kontak@iainpalopo.ac.id](mailto:kontak@iainpalopo.ac.id)

### Laporan Hasil Studi Mahasiswa

Nama : MEGAWATI Tahun Akademik : TA 2018/2019 Genap  
 NIM : 17 0401 0212 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Dosen PA : Belum diast Semester : 4

No. Kode	Mata Kuliah	SKS	Nilai	Bobot	BxK
1 MKEK54239	EKONOMI MONETER ISLAM	2	B+	3.25	6.50
2 MKEK54240	ASPEK HUKUM EKONOMI	2	A	3.75	7.50
3 MKEK54241	EKONOMI KOPERASI DAN UMKM	2	B+	3.25	6.50
4 MKEK54242	MANAGEMEN KEUANGAN	3	B	3.00	9.00
5 MKEK54243	PERPAJAKAN	2	A+	4.00	8.00
6 MKEK54244	EKONOMI MANAGERIAL	2	B	3.00	6.00
7 MKEK54245	EKONOMI PUBLIK	2	A	3.75	7.50
8 MKEK54255	EKONOMI POLITIK	2	A-	3.50	7.00
9 MKF044206	FIQH MUAMALAT	2	A-	3.50	7.00
10 MKF044207	KEWIRAUSAHAAN	2	A-	3.50	7.00
11 MKF044225	QAWAIDUL FiqHIYAH	2	A+	4.00	8.00
Jumlah :		23			80.00

Index Prestasi Semester : 3.48  
 Index Prestasi Kumulatif : 3.50  
 Total SKS Lulus : 91  
 Total SKS Perolehan : 91  
 Max SKS Semester Depan : 24



**Keterangan:**

(-) Nilai Mata kuliah belum masuk dari jurusan/dosen.  
 (BL) Nilai belum lengkap.

Institut Agama Islam Negeri Palopo  
IAIN Palopo

HASIL STUDI SEMESTER (HSS)

Nama : MEGAWATI Prodi : Ekonomi Syariah (EK S/S1)  
N I M : 17 0401 0212 Smt : Gasal  
Wali Studi : ISHAK, SEI., MEI. TA : 2019/2020

No	Kode MK	Matakuliah	BU	Nilai		SKS	Kualitas
				Simbol	Angka		
1	MKEKS219	MANAGEMEN PEMASARAN	B	A+	4.00	2	8.00
2	MKEKS220	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	B	B	3.00	2	6.00
3	MKEKS321	STATISTIK EKONOMI	B	A-	3.50	3	10.50
4	MKF240110	MAGANG 1	B	A+	4.00	2	8.00
5	MKF240116	KOMUNIKASI PEMASARAN	B	A-	3.50	2	7.00
6	MKF240119	PEREKONOMIAN INDONESIA	B	A+	4.00	2	8.00
7	MKF240121	STUDI KELAYAKAN BISHIS	B	A-	3.50	2	7.00
8	MKF340117	METODE PENELITIAN EKONOMI	B	B+	3.25	3	9.75
9	MKF340118	AKUNTANSI MANAGERIAL	B	A-	3.50	3	10.50
10	MKF340120	MANAGEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	B	A-	3.50	3	10.50
Jumlah						24	85.25

IP Semester  
Beban SKS maksimum

: 3,55  
: 24



Institut Agama Islam Negeri Palopo  
IAIN Palopo

### HASIL STUDI SEMESTER (HSS)

Nama : MEGAWATI  
N I M : 17 0401 0212  
Wali Studi : ISHAK, SEI., MEI.

Prodi : Ekonomi Syariah (EKS/S1)  
Smt : Genap  
TA : 2019/2020

No	Kode MK	Matakuliah	BU	Nilai		SKS	Kualitas
				Simbol	Angka		
1	MKEKS225	EKONOMI INTERNASIONAL	B	A-	3.50	2	7.00
2	MKEKS226	FIQH MUAMALAT KONTEMPORER	B	B+	3.25	2	6.50
3	MKEKS227	STUDI PENGELOLAAN ZAKAT	B	A+	4.00	2	8.00
4	MKEKS322	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN	B	B-	2.75	3	8.25
5	MKEKS323	RISET MANAJEMEN OPERASIONAL	B	A-	3.50	3	10.50
6	MKEKS324	APLIKASI PERBANKAN SYARIAH	B	A-	3.50	3	10.50
7	MKF240111	MAGANG 2	B	A	3.75	2	7.50
8	MKF340122	EKONOMETRIKA	B	A-	3.50	3	10.50
9	MKF340123	MANAJEMEN STRATEGIK	B	A-	3.50	3	10.50
Jumlah						23	79.25

IP Semester : 3,45  
Beban SKS maksimum : 24

Palopo, 02 September 2020

Ketua Prodi Ekonomi Syariah





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
 PRODI EKONOMI SYARIAH  
 TRANSKRIP PRESTASI AKADEMIK  
 DIBERIKAN KEPADA

Nama : MEGAWATI  
 NIM : 17 0401 0212

Prodi : Ekonomi Syariah  
 SMTR : VII (TUJUH)

No	Nama Mata Kuliah	Nilai (N)	Kredit (K)	NH x K	Ket
1	Kuliah Kerja Nyata	4,00	4	16,00	A+
2	Komprehensif	3,00	2	6,00	B
			6	22,00	

IPS : 3,67  
 JMLH KREDIT : 6

Palopo, 22 April 2022

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Fasiha, M.El

## Lampiran 17 Tes TOEFL



## Lampiran 18 Kuitansi Pembayaran UKT



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon/HP 085243175771  
 Email: [febi@iainpalopo.ac.id](mailto:febi@iainpalopo.ac.id); Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

### SURAT KETERANGAN-

Yang bertanda tangan di bawah ini

NIP : 19720715 200604 1 001  
 Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha  
 Unit Kerja : FEBI IAIN Palopo

menerangkan bahwa:

Nama : MEGAWATI  
 NIM : 17 0401 0212  
 Semester/Prodi : X / EKIS  
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I s / d X.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 05 April 2022  
 Kepala Bagian Tata Usaha  
 Kepala, M.Pd.I  
 NIP. 19720715 200604 1 001

## RIWAYAT HIDUP



**Megawati**, Lahir di Tolada pada tanggal 10 Januari 1999, Penulis merupakan anak ke 8 dari 8 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Masing dan seorang ibu bernama Becce. Adapun riwayat pendidikan penulis, sekolah dasar (SD) diselesaikan pada tahun 2011 di SDN

139 Tolada, sekolah menengah pertama (SMP) diselesaikan pada tahun 2014 di SMPN 2 Malangke, dan sekolah menengah atas (SMA) diselesaikan tahun 2017 di SMA Negeri 11 Luwu Utara, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikannya pada bidang yang tekuni yaitu Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.