
Strategi Bertahan Hidup UMKM di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kualitatif Pada Lima Pelaku Usaha Kuliner di Pamulang

Salwah¹, Siti Umi Kulsum^{1*}, Siva Kandina¹, Oki Iqbal Khair¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia

*Umi29320@gmail.com**

Article History:

Received : 17-06-2025

Accepted : 22-06-2025

Keywords: *UMKM; Pandemi COVID-19; Strategi Bertahan; Digitalisasi; Kuliner*

Abstract: *Pandemi COVID-19 memberikan dampak besar terhadap sektor UMKM, khususnya di bidang kuliner, yang mengalami hambatan dalam aktivitas jual beli akibat pembatasan sosial dan perubahan perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bertahan hidup yang dilakukan pelaku UMKM selama masa pandemi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap lima pelaku UMKM kuliner di wilayah Pamulang, serta observasi langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama yang diterapkan meliputi digitalisasi pemasaran, adaptasi produk, pengiriman langsung ke pelanggan, serta efisiensi operasional. Dukungan dari pemerintah dan komunitas terbatas, sehingga pelaku UMKM lebih mengandalkan jaringan pribadi dan loyalitas pelanggan. Meskipun menghadapi tantangan besar seperti penurunan omset dan keterbatasan distribusi, para pelaku menunjukkan ketangguhan dengan tetap menjaga kualitas produk dan keterbukaan terhadap teknologi. Penelitian ini menekankan pentingnya fleksibilitas, inovasi, serta sikap mental positif dalam menjaga kelangsungan usaha UMKM di masa krisis.*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang melanda sejak awal 2020 telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor ekonomi, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2021). Namun, selama pandemi, banyak UMKM mengalami penurunan pendapatan hingga harus menutup usaha karena pembatasan mobilitas dan perubahan perilaku konsumen.

Meski demikian, terdapat pelaku UMKM yang mampu bertahan bahkan berkembang di tengah krisis. Beberapa sektor seperti kesehatan (masker dan hand sanitizer) serta layanan digital mengalami peningkatan, sedangkan sektor kuliner menghadapi tantangan berat. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan distribusi, lemahnya strategi pemasaran, hingga pencatatan keuangan yang belum memadai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi bertahan hidup yang dilakukan oleh pelaku UMKM kuliner selama pandemi COVID-19, melalui pendekatan kualitatif berbasis wawancara mendalam dan observasi. Fokus penelitian diarahkan pada lima pelaku usaha kuliner di Pamulang yang tetap aktif dari masa sebelum pandemi hingga saat ini.

Tabel 1. Aspek Manajemen dan Pembahasan

| Aspek | Permasalahan |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Strategi Pemasaran | Pengetahuan terbatas mengenai promosi produk dan branding. Belum memanfaatkan sistem penjualan online. |
| Strategi Keuangan | Belum adanya pemisahan dana pribadi dan usaha. Minimnya pengetahuan pengelolaan keuangan dan penggunaan aplikasi. |
| Strategi Operasional | Pengelolaan isu bisnis yang kurang tepat serta adaptasi bisnis yang terbatas. |

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode observasi dan wawancara.

1. Teknik Penelitian

Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif (Mulyana, 2008: 150). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah melakukan observasi dan wawancara.

a. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan dilakukan terhadap pelaku UMKM kuliner yang berjualan dari sebelum masa pandemi sampai saat ini.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui dan melengkapi data yang akurat dari sumber data yang tepat. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai 5 orang informan, yaitu para pelaku UMKM kuliner di daerah Pamulang.

2. Informan Penelitian

Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan subjek secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria utama informan adalah pelaku UMKM kuliner yang telah menjalankan usahanya sejak sebelum pandemi dan masih aktif hingga saat ini.

Kelima informan adalah:

- a. PT, Pemilik Dapoer Teteh (usaha katering).
- b. RI, Penjual jajanan frozen food.

- c. DY, Reseller cemilan Cepuluh.
- d. AU, Penjual Soto Mie Bogor.
- e. PI, Pemilik Ratu Dapur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya di sektor kuliner. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan lima pelaku UMKM di wilayah Pamulang, ditemukan sejumlah temuan penting terkait dampak pandemi, tantangan yang dihadapi, strategi bertahan hidup, dukungan eksternal, serta nilai-nilai pembelajaran yang diperoleh selama masa krisis.

1. Narasumber 1 (PT - Dapoer Teteh)

Wanita berusia 50 tahun, memiliki usaha catering sejak tahun 2012. Pandemi COVID-19 sangat mempengaruhi bisnis cateringnya saat itu. Cateringnya berhenti total. Tidak ada pemasukan. Tantangan yang terbesar saat itu hanya bertahan walaupun hampir 90% usaha cateringnya berhenti total. Perubahan yang signifikan yaitu dengan adanya pemberlakuan lockdown, PT berusaha bertahan, masih ada yang pesan, walaupun sedikit sekali. Strategi yang diterapkan supaya usahanya tetap berjalan adalah mempertahankan rasa, tanpa dikurangi bumbu-bumbunya walaupun pembeli hanya beberapa saja. Dukungan dari komunitas dan pemerintah tidak ada sama sekali. Pelajaran berharga tetap bersyukur karena sampai saat ini ketika COVID-19 dan pandemi tidak diberlakukan lagi, usaha cateringnya masih berjalan sampai saat ini.

2. Narasumber 2 (RI - Jajanan Kekinian Frozen Food)

Ibu dengan 2 anak yang tinggal di Reni Jaya, memulai jualan frozen food jajanan kekinian seperti cilok, pastel, bakso kuah, rempeyek, dimsum, yang biasa menjajakan jualanannya di komunitas senam ibu-ibu komplek di Reni Jaya. Ketika COVID-19, di mana aktivitas di luar rumah sangat dibatasi, menjadi tantangan besar untuk RI saat itu. Strategi yang digunakan RI adalah menawarkan dagangan kepada sesama teman senam ibu-ibu komplek melalui pesan singkat (WhatsApp) dan mengantarkan door to door. Karena omset frozen food menurun, RI berinovasi dagangannya yakni menambah menu-menu seperti gado-gado, lontong isi, dan kolak pada saat Ramadhan. Pernah mendapatkan bantuan dari TNI berupa 800 ribu untuk modal beli meja, peralatan masak dan mencoba peluang bazar setelah pandemi selesai. RI mendapat dukungan dari komunitas, ibu-ibu senam, dan ibu-ibu pengajian sekitaran Reni Jaya, dengan order jajanan melalui pesan singkat. Pelajaran paling berharga yang dirasakan RI yaitu tetap bersyukur dan berpikiran positif, rezeki sudah ada yang mengatur, selama kita berusaha, pasti ada.

3. Narasumber 3 (DY, Reseller Cemilan Cepuluh)

Ibu dari 1 anak, berusia 38 tahun memulai usahanya sebagai reseller sekitar 7 - 10 tahun yang lalu. Pandemi COVID-19, awalnya terasa sulit sekali karena alasan higienis, membuat dagangan DY mengalami kendala. Gelombang ke 2 sudah mulai reda, mulai meningkat lagi penjualan kebab, tahu bakso (best seller) dan berinovasi rasa kebab seperti kebab original, mozzarella, bolognese. Selain itu juga bertambah variasi menu yang lain seperti lauk pauk bebek dan ayam. Dan fokus berjualan melalui sosial media. Tantangannya terbesarnya adalah berkurangnya kepercayaan pelanggan mengenai higienis melalui kurir berhubungan dengan penyebaran virus melalui droplet. Perubahan signifikan yang

dirasakan sebagai reseller penurunan omset. Strateginya yaitu tetap usaha reseller door to door, orderan dari pelanggan setia dan diantar tanpa kurir. Dukungan dari komunitas dan pemerintah tidak ada. Pelajaran yang paling berharga adalah selalu bersyukur. Kepercayaan dari orang-orang terdekat dan mendapat dukungan dari keluarga membuat kekuatan usaha DY bisa bangkit lagi.

4. Narasumber 4 (AU – Soto Mie Bogor)

AU, pedagang soto mie selama 8 tahun ini. Saat pandemi, pengaruh berjualan sangat dibatasi karena lockdown sehingga omset berkurang. Perubahan yang signifikan yaitu pengurangan karyawan dari 6 orang menjadi hanya 2 orang saja. Strategi bertahannya adalah tetap mempertahankan rasa sehingga pelanggan tetap loyal untuk beli. Dukungan dari komunitas atau pemerintah tidak ada. Tidak ada komunitas sesama pedagang soto mie bogor. Pelajaran yang paling berharga adalah bersyukur masih sehat, jualan masih bisa bertahan, cukup untuk makan demi melanjutkan ekonomi keluarga.

5. Narasumber 5 (PI – Ratu Dapur)

PI, 49 tahun, mulai usaha dari tahun 2016 jual berbagai makanan dan minuman. Pengaruh pandemi tentu ada, terutama dalam keuntungan harian, untuk jualan secara offline terjadi penurunan signifikan. Tantangan terbesarnya yaitu penurunan penjualan, karena tempat jualan secara offline diharuskan ditutup jadi sulit untuk mendapat customer yang datang makan langsung di tempat. Yang dirasakan tentunya harus pindah jualan menjadi online, dengan menggunakan aplikasi, memanfaatkan teknologi dan digitalisasi. Strateginya yaitu beradaptasi dengan teknologi, jadi semuanya digitalisasi, dan customer langganan juga beralih untuk memesan secara online. Dukungan dari komunitas yaitu dibantu iklan produk secara gratis dan bantuan dari pemerintah hanya satu kali. Pelajaran yang didapat tentunya kita harus bisa adaptasi dan terbuka dengan teknologi.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan tentang strategi bertahan hidup UMKM di masa pandemi COVID-19. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh hasil mengenai strategi bertahan hidup UMKM di masa pandemi COVID-19 dari 5 pelaku usaha kuliner UMKM di wilayah Pamulang.

1. Dampak Pandemi Terhadap UMKM Kuliner

Pandemi memberikan dampak besar bagi seluruh informan, terutama dalam bentuk penurunan pendapatan dan keterbatasan operasional. PT menyatakan bahwa usahanya sempat berhenti total hingga 90%. AU mengurangi jumlah karyawan dari enam menjadi dua orang. Sementara PI mengalami penurunan signifikan akibat tutupnya tempat jualan offline. RI dan DY menghadapi penurunan permintaan serta kekhawatiran pelanggan terkait kebersihan produk.

2. Tantangan yang Dihadapi

Tantangan umum yang dialami adalah:

- a. Hilangnya pelanggan.
- b. Penurunan daya beli masyarakat.
- c. Pembatasan mobilitas.
- d. Keterbatasan distribusi dan logistik.
- e. Kurangnya akses terhadap bantuan pemerintah dan komunitas.

Beberapa pelaku usaha, seperti DY dan AU, tidak mendapatkan dukungan dari komunitas atau pemerintah. DY, sebagai ibu rumah tangga, mengalami kesulitan

dalam akses bantuan karena waktu yang terbatas dan tidak tergabung dalam komunitas resmi.

3. Strategi Bertahan Hidup

Beberapa strategi yang ditemukan meliputi:

a. Konsistensi Kualitas Produk

PT dan AU tetap mempertahankan cita rasa makanan mereka agar pelanggan tetap setia.

b. Diversifikasi Produk

RI menambah variasi menu seperti gado-gado, kolak, dan lontong isi saat Ramadan untuk meningkatkan daya tarik jualan.

c. Digitalisasi dan Adaptasi Teknologi

PI memanfaatkan aplikasi pemesanan makanan dan pemasaran digital agar tetap bisa menjangkau pelanggan selama penutupan tempat jualan.

d. Sistem Pengiriman Langsung

DY dan RI memilih sistem pengiriman *door to door* tanpa menggunakan jasa kurir untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap kebersihan produk.

4. Dukungan Eksternal

Dukungan dari komunitas dan pemerintah masih terbatas dan tidak merata. RI menerima bantuan modal dari TNI, sementara PI memperoleh promosi gratis dari komunitas dan bantuan dana pemerintah satu kali. Tiga narasumber lainnya mengandalkan dukungan keluarga dan pelanggan setia.

5. Nilai dan Pelajaran yang Diperoleh

Seluruh narasumber menekankan pentingnya:

a. Bersyukur atas apa yang dimiliki.

b. Menjaga semangat dan pantang menyerah.

c. Menjaga kepercayaan pelanggan dan hubungan sosial.

d. Terbuka terhadap perubahan dan inovasi, terutama teknologi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner di wilayah Pamulang. Pelaku usaha menghadapi berbagai tantangan utama, seperti penurunan omset, keterbatasan operasional, dan berkurangnya jumlah pelanggan. Namun demikian, kelima narasumber menunjukkan kapasitas adaptasi yang tinggi dalam merespons krisis.

Strategi bertahan yang diterapkan meliputi mempertahankan kualitas produk, diversifikasi menu, pemanfaatan teknologi digital, serta sistem pengiriman langsung kepada konsumen. Meskipun dukungan dari pemerintah dan komunitas masih terbatas, keberlangsungan usaha dapat tetap terjaga berkat loyalitas pelanggan, peran keluarga, dan kreativitas individu.

Temuan penelitian ini menegaskan pentingnya sikap positif, inovasi, dan keterbukaan terhadap teknologi sebagai faktor penentu keberhasilan adaptasi UMKM di masa krisis. Ketahanan mental dan fleksibilitas menjadi kunci utama dalam menjaga kelangsungan usaha di tengah ketidakpastian. Studi ini memberikan

implikasi bahwa pembangunan kapasitas adaptif pelaku UMKM perlu diperkuat melalui pelatihan digital, akses modal, dan dukungan kebijakan yang responsif terhadap situasi krisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arofahtiani, R., & Cahyadi, E. R. (2022). Strategi Adaptasi UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus: Rumah Makan Haji Masduki, Pekalongan). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik UMKM di Masa Pandemi COVID-19*. Jakarta: BPS.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hermawan, A., & Suryani, D. (2021). Strategi Adaptasi UMKM Kuliner dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 101-115. <https://doi.org/10.25077/jmk.9.2.2021.101-115>
- Hilmiyah, N., Permana, E., Hatta, I. H., & Widyaningsih, M. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Pelaku UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19. *JRB Jurnal Riset Bisnis*, 226-245.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2020). *Dampak Pandemi COVID-19 terhadap UMKM dan Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Melania, D., & Handayani, T. (2023). Strategi Mempertahankan UMKM Bidang Kuliner di Era Digital Marketing pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMT KITA*, 32-37.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Keuangan di Masa Pandemi*. Jakarta: OJK.
- Pratama, R. D., & Hidayat, T. (2021). Peran Teknologi Digital dalam Ketahanan Usaha UMKM di Masa Krisis. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 45-58.
- Rosmita, R., Surlanti, L., Herman, H., & Adera, A. T. (2024). Strategi Pengembangan Usaha UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7.
- Susilowati, I., & Nabila, R. (2022). Ketahanan Usaha Mikro di Tengah Pandemi: Studi Kasus UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 67-80.
- Wulandari, A. C. (2022). Usaha Kuliner Kreatif: Prospek dari Strategi Pemasaran Syariah Pasca Pandemi Covid 19 Kota Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 77-90.
- Zafirah, D. T., & Tandos, R. (2021). Strategi Bisnis Online Para Pelaku UMKM Industri Makanan Selama Masa Pandemi COVID 19 di Jalan Jatayu. *Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, 25.