

**STRATEGI BISNIS KULINER PADA MASA PANDEMI  
COVID 19 DI DIRA CAFE KENCONG JEMBER**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

**FRIDA WAFIYYAH LUBABAH**  
NIM. E20182223

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**JANUARI 2023**

**STRATEGI BISNIS KULINER PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI  
DIRA CAFE KENCONG JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



**Frída Wafiyah Lubabah**

NIM. E20182223

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Dosen Pembimbing:

**Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M**

NIP. 1969052319980322001

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JANUARI 2023**

**STRATEGI BISNIS KULINER PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI  
DIRA CAFE KENCONG JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

**Frida Wafiyah Lubabah**

NIM. E20182223

Dosen Pembimbing:

**Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M**

NIP. 1969052319980322001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**STRATEGI BISNIS KULINER PADA MASA PANDEMI  
COVID 19 DI DIRA CAFE KENCONG JEMBER**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Rabu  
Tanggal: 28 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,



Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, M.Si  
NIP.19750905 200501 2 003

Sofiah, M.E  
NIP.19910515 201903 2 005

Anggota:

1. Dr. Ahmadiono, M.E.I

2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M

**J E M B E R**

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.  
NIP.19680807 200003 1 001

## MOTTO

فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ

*Cukuplah Allah bagiku, tidak ada Tuhan selain Dia, hanya kepada-Nya aku bertawakal<sup>1</sup> -At-Taubah:129-*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung CV. Diponegoro, 2005)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang saya sayangi dan terlibat dalam proses penyelesaian skripsi saya yaitu :

1. Kepada keluarga, terutama orangtua saya Bapak Fathul Majid dan Ibu Dwi Sucioningrum yang telah mendidik saya dan membesarkan saya dengan cinta dan kasih sayang, kepada Kakak perempuan saya Nailul Maghfiroh serta Kakak ipar saya Muhammad Nasiruddin Timbul Joyo.
2. Kepada suami saya Dicky Fajar Kurniawan yang selalu menemani dan mendukung saya dalam setiap proses pendidikan saya.
3. Kepada sahabat-sahabatku seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember angkatan 2018 khususnya kelas ES 5 yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang merupakan tempat berbagi suka duka dan yang sangat menginspirasi saya.
4. Kepada almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang selalu menjadi kebanggaan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir selama menempuh studi S1 di UIN KHAS Jember. Sholawat dan salam semoga tetap tercurakan kepada Nabi kita tercinta, Nabi Muhammad SAW sebagai penutup para nabi dan rasul, karena dengan syafaatnya penulis dapat selalu berada dalam keridhaan Allah SWT.

Berhasilnya penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bimbingan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

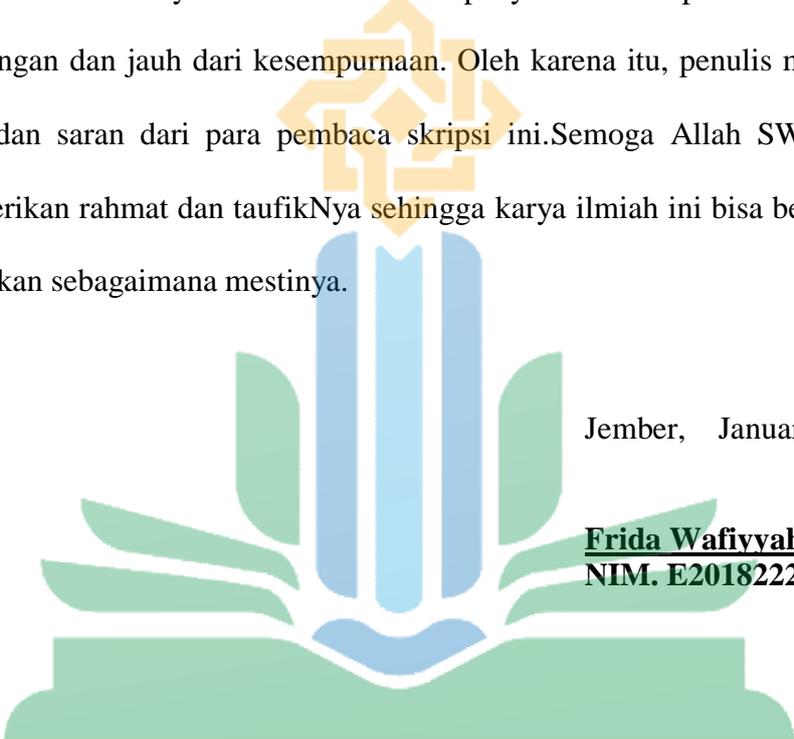
1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E.,M.M. Selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, M.S.I. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang selalu memberi nasihat dan arahan.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I, M.S.I. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, M.S.I. Selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
5. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E,M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff karyawan UIN KHAS Jember yang telah mendidik, membimbing serta melayani segala urusan akademik.

7. Kepada pihak *Dira Cafe* Kencong yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melangsungkan penelitian dan memperoleh data.
8. Terimakasih juga kepada pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu eprsatu yang telah banyak membantu sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan taufikNya sehingga karya ilmiah ini bisa bermanfaat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, Januari 2023

**Frida Wafiyah Lubabah**  
**NIM. E20182223**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Frida Wafiyah Lubabah, Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E.M.M, 2022:**  
*Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong Jember.*

Membangun suatu usaha memerlukan beberapa faktor, diantaranya adalah strategi bersaing agar usaha yang dibangun dapat berjalan dengan lancar dan tetap menghasilkan keuntungan pada masa pandemi covid 19. Yang dilakukan Dira Cafe untuk menarik pelanggan dengan memperkenalkan lokasinya melalui media sosial dari segi menu, fasilitas, dan segi pelayanan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Penelitian ini berjudul “Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong Jember”. Fokus penelitian dari penelitian ini adalah 1. Bagaimana strategi bisnis kuliner pada masa pandemi covid 19 di Dira Cafe Kencong ? 2. Bagaimana implikasi strategi bisnis kuliner yang dilakukan di Dira Cafe Kencong ?.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui strategi bisnis kuliner yang dilakukan Dira Cafe Kencong pada masa pandemi covid 19. 2. Untuk mengetahui implikasi strategi bisnis yang dilakukan Dira Cafe Kencong pada masa pandemi covid 19.

Metode penelitian yang digunakan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian dengan tipe data kualitatif dengan memahami fenomena yang dialami oleh topik penelitian. Pendekatan kualitatif dipilih peneliti karena dapat mengungkap data secara mendalam mengenai strategi bisnis kuliner yang dilakukan Dira Cafe Kencong di masa pandemi covid saat ini. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif. Data tersebut dapat berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi dan dokumen resmi lainnya.

Hasil penelitian ini adalah 1. Strategi yang digunakan Dira Cafe merupakan upaya perusahaan dalam melakukan perbedaan penawaran dan hal ini bertujuan untuk meraih nilai pelanggan yang lebih unggul 2. Menjadikan perusahaan memiliki keunikan yang dapat diingat oleh konsumen dan dikenal oleh masyarakat luas. Dengan kekuatan perusahaan diharapkan Dira Cafe dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk bertahan dan meningkatkan volume penjualannya.

**Kata Kunci :** Strategi, Bisnis Kuliner

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Istilah .....	6
F. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	10
B. Kajian Teori .....	22
1. Konsep Strategi .....	22
2. Bisnis.....	29
3. Strategi Bisnis .....	31

<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Subyek Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Analisis Data.....	38
F. Keabsahan Data.....	41
G. Tahap-tahap Penelitian.....	41
<b>BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	45
B. Penyajian Data dan Analisis.....	48
C. Pembahasan Temuan.....	57
<b>BAB V : PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

**DAFTAR TABEL**

2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu ..... 19



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Keadaan pandemi COVID-19 saat ini telah membawa perubahan besar pada seluruh lini kehidupan manusia, termasuk perekonomian secara lebih luas. Untuk mencegah penyebaran virus yang meluas, semua Negara berusaha membuat kebijakan untuk membatasi pergerakan orang. Pembatasan ini secara langsung akan menurunkan tingkat konsumsi masyarakat. Dalam masa pandemi saat ini harus memiliki strategi menghadapi perubahan situasi ekonomi dan perubahan trend akibat pandemi covid 19 agar tetap menjalankan bisnis kuliner yang dikelola. Diantaranya memanfaatkan kecanggihan teknologi, bersikap fleksibel dan memperhatikan perilaku dan kebiasaan baru masyarakat selama masa pandemi.

Dalam menghadapi persaingan didalam suatu usaha yang semakin kompetitif saat ini terutama di bidang kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang sekarang ramai diminati masyarakat, semakin banyak pesaing-pesaing di sekitar serta terus menerus berkembang dan menjadi salah satu peluang usaha yang paling mudah dan paling banyak dilakukan masyarakat.

Membangun suatu usaha memerlukan beberapa faktor, diantaranya adalah strategi bersaing agar usaha yang dibangun dapat berjalan dengan lancar dan tetap menghasilkan keuntungan. Berbagai cara dilakukan untuk mempertahankan bisnis dengan berbagai strategi yang dijalankan untuk

menunjukkan kemampuan bertahan dalam memulai bisnis. Beberapa media dapat digunakan sebagai strategi untuk menjaga bisnis dalam persaingan.<sup>2</sup>

Manajemen sangat penting untuk mengimplementasikan dalam kegiatan bisnis. Kebutuhan akan pengembangan bisnis dan respon terhadap lingkungan perubahan organisasi, namun lebih jauh dari itu kebutuhan terhadap manajemen ialah kebutuhan untuk mensukseskan tercapainya tujuan bisnis serta terlaksananya seluruh kegiatan operasional bisnis dengan optimal. Manajer yang terampil adalah manajer yang mampu mengimplementasikan fungsi manajemen dalam kegiatan operasional bisnis secara optimal. Untuk pencapaian tujuan tertentu dalam sebuah bisnis harus memperhatikan juga unsur-unsur manajemen, seperti tenaga kerja (*Men*), dana (*Money*), Metode (*Methods*), Material (*Materials*), mesin (*Machines*) dan pasar (*Markets*). Dari enam unsur manajemen tersebut harus saling berkaitan untuk melancarkan tujuan sebuah bisnis. Setelah tercapainya sebuah bisnis, setiap perusahaan tentu menginginkan untuk mengembangkan bisnis tersebut.<sup>3</sup>

Strategi bisnis adalah keputusan desain yang berkaitan dengan ide atau tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran bisnisnya. Ketika memulai bisnis, ada banyak hal penting yang perlu dipersiapkan untuk mendukung kelancarannya. Salah satunya adalah merancang strategi bisnis.

Bisnis kuliner pada bisnis makanan di Dira Kencong menjadi salah satu tempat penelitian. Dira Kencong Jember memiliki sebuah kafe bernama Dira

---

<sup>2</sup>Observasi di Dira Kencong Jember, 22 Agustus 2021

<sup>3</sup>Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty, 2009

*Cafe* Kencong. Menu-menu yang ditawarkan di kafe ini sangat bervariasi, apalagi mengusung konsep modern yang saat ini sedang sangat digemari di kalangan milenial. Peluncuran menu baru dan unik merupakan salah satu strategi yang dilakukan *Dira Cafe* dalam meningkatkan persaingan dengan bisnis kuliner lainnya, contohnya seperti Mie Mangkok, Bakso Spiral, Mie Terbang dan lain-lain. Dengan desain yang mewah, lokasi yang nyaman, *Dira Cafe* juga tidak lupa menyediakan makanan khas desa yaitu nasi pecel dengan lalapan. Selain itu, seperti namanya, *Dira Cafe* juga menyediakan makanan yang tidak ketinggalan di berbagai kafe, seperti kentang goreng, nugget dan berbagai jajanan lainnya. Oleh karena itu dapat melengkapi kebutuhan selera masyarakat. *Dira Cafe* menawarkan nama menu unik yang disajikan seperti mie terbang, bakso spiral hingga es krim *dira*.<sup>4</sup>

Strategi bisnis yang dijalankan *Dira Cafe* Kencong untuk menarik pelanggan adalah dengan memperkenalkan lokasinya kepada masyarakat melalui media sosial dan dari segi menu, fasilitas dari segi pelayanan dan kenyamanan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Nama menu yang unik dan memunculkan menu baru yang menjadi senjata agar pembeli tidak bosan dengan menu yang disediakan dan menambah rasa penasaran para pecinta kuliner. Karena dengan menu baru yang bisa digunakan untuk mempertahankan bisnis kuliner yang dijalankan.<sup>5</sup>

Di era globalisasi dan dalam kondisi pandemi seperti saat ini, perkembangan bisnis semakin luar biasa. Untuk menarik konsumen,

---

<sup>4</sup>Observasi di *Dira Kencong Jember*, 22 Agustus 2021

<sup>5</sup>Observasi di *Dira Kencong Jember*, 22 Agustus 2021

diperlukan promosi dalam bisnis. Karena merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Untuk mengembangkan bisnis, media sosial dikembangkan menjadi media promosi tentang Kafe Dira yang terletak di Kencong, Kabupaten Jember. Dengan berpromosi melalui media sosial, bisnis ini dapat dijangkau oleh banyak orang sehingga dapat dengan mudah mengembangkan bisnisnya.<sup>6</sup>

Dengan mengandalkan mutu dari perusahaan tersebut seperti dalam hal pelayanan, penyajian yang bervariasi seperti berbagai jenis makanan dan minuman yang halal dan higienis. Serta harga yang ditawarkan pun sangat bersahabat mulai dari kalangan masyarakat tingkat menengah ke bawah dan ke atas. Dira *Cafe* ini melakukan pelayanan dan penyajian yang menyenangkan sehingga para pelanggan antusias untuk datang kembali ke Dira *Cafe* Kencong.

Untuk mengetahui strategi yang paling tepat digunakan untuk Dira *Cafe* Kencong dalam menarik konsumen dan dalam menghadapi persaingan pasar penulis akan membuat penelitian yang berjudul “STRATEGI BISNIS

## KULINER PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI DIRA CAFE KENCONG JEMBER”

### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat ditentukan bahwa fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>6</sup>Observasi di Dira Kencong Jember, 22 agustus 2021

1. Bagaimana Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira *Cafe* Kencong Jember ?
2. Bagaimana Implikasi Strategi Bisnis Kuliner Yang Dilakukan Di Dira *Cafe* Kencong Jember ?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Harus mengacu pada masalah sesuai dengan fokus masalah yang dirumuskan sebelumnya. Adapun tujuannya dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mendeskripsikan strategi bisnis kuliner yang dijalankan Dira *Cafe* Kencong di masa pandemi covid 19.
2. Untuk mendeskripsikan implikasi dari strategi bisnis yang dilakukan Dira *Cafe* Kencong.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain kontribusi proses peneliti yang diberikan setelah penelitian selesai. Dapat berupa kegunaan teoretis dan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, institusi, dan masyarakat secara keseluruhan. Uraian manfaat terstruktur penelitian adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, terutama bagi mereka yang mahir dengan masalah yang diangkat dan dapat memperkaya pengetahuan mereka

tentang strategi bisnis yang digunakan untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan bisnis yang sudah dijalankan.

## 2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis diantaranya :

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman bagi peneliti untuk menambah pengalaman, pengetahuan dan wawasan tentang apa yang menjadi objek penelitian.

### b. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat dijadikan referensi atau bahan referensi untuk mengetahui strategi bisnis kuliner di masa pandemi covid 19 di Dira *Cafe* Kencong.

### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang strategi bisnis kuliner yang digunakan Dira *Cafe*

Kencong di masa pandemi covid 19.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang penelitian istilah-istilah yang penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.

Definisi istilah juga digunakan sebagai acuan bagi peneliti untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran isi tulisan ini. Oleh karena

itu, peneliti harus menjelaskan dan menegaskan definisi dari setiap kata yang mendukung judul penelitian ini sesuai dengan pemahaman peneliti dan diperkuat dengan teori yang ada.

Adapun pengertian dari istilah-istilah dalam penelitian ini adalah :

### 1. Strategi

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi memberikan jawaban bagi manajemen tentang bagaimana mencapai tujuan perusahaan dan bagaimana mencapai misi dan visi strategis organisasi, bagaimana bersaing dengan pesaing, bagaimana mencapai keunggulan kompetitif jangka panjang, bagaimana mencapai visi strategis manajemen untuk menciptakan fenomena bagi sebuah perusahaan.<sup>7</sup>

### 2. Bisnis

Bisnis adalah semua kegiatan dan intuisi yang menghasilkan barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Dalam arti sempit, itu adalah organisasi yang menyediakan barang dan jasa untuk keuntungan. Oleh karena itu, usaha ini adalah segala kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan. Berbisnis adalah bagian dari muamalah, oleh karena itu bisnis tidak dapat dipisahkan dari hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis, selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik, tetapi tidak menghalalkan segala cara.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Mochamad Ammar Faruq, "Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya" *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3 (Desember 2014)

<sup>8</sup>Farida Hanum Nasution, "Peran Administrasi Perkantoran Dalam Dunia Bisnis." *Jurnal Warta Edisi : 49, (Juli, 2016), 4*

### 3. Kuliner

Usaha kuliner adalah daya upaya manusia yang berhubungan dengan penyediaan kesukaan orang lain dalam bidang makanan. Usaha kuliner yang baik tidak selalu berpedoman pada besarnya keuntungan yang ingin di peroleh, tetapi juga harus memperhatikan bahwa setiap pembeli mempunyai selera, daya beli dan menginginkan pelayanan yang memuaskan sehingga pembeli itu mau mengeluarkan uang untuk membayar hidangan yang dimakannya.

Strategi bisnis kuliner ini merupakan jawaban untuk mencapai tujuan perusahaan, misi dan visi serta mencapai keunggulan kompetitif jangka panjang yang tidak selalu berpedoman mengenai keuntungan tetapi memberikan pelayanan serta menyajikan menu makanan dan minuman sesuai selera masyarakat saat ini.

#### F. Sistemasika Pembahasan

Untuk dapat memberikan gambaran secara menyeluruh tentang isi proposal ini, berikut akan diuraikan mengenai tata cara urutan secara garis

besar yaitu :

**Bab I** menjelaskan latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian.

**Bab II** menjelaskan teori-teori yang mendasari topik yang ditulis, yang nantinya dapat membantu memecahkan masalah yang dipelajari.

**Bab III** menjelaskan tentang penentuan lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan validitas data.

**Bab IV** membahas tentang gambaran umum objek penelitian, analisis masalah yang dihadapi, dan pemecahan masalah yang dilakukan.

**Bab V** menyajikan kesimpulan mengenai hasil yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Dan diakhiri dengan saran-saran yang dianggap relevan dengan hasil analisis.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti membuat daftar hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian merangkumnya, baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan. Dengan tujuan untuk menjaga keaslian penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Hasil penelitian terdahulu yang hampir sama dengan penelitian yang akan diangkat oleh peneliti diantaranya adalah:

1. Salsabila Priska, Yudan Hermawan. *“Strategi Bertahan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19”* (2022), Universitas Negeri Yogyakarta.

Fokus penelitian yang diangkat dari masalah ini adalah strategi seorang wirausaha kuliner Bu. Rena di Kabupaten Klaten pada masa pandemi covid-19.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa pemilihan usaha kuliner berupa susu segar dilatarbelakangi oleh tingkat konsumsi pada masyarakat Klaten yang cukup tinggi pada susu segar dengan harga yang relative murah dan ramah bagi masyarakat Klaten, hal tersebut membuat Bu. Rena memutuskan terjun di bidang usaha kuliner.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Salsabila Priska, Yudan Hermawan. *“Strategi Bertahan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19”*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2022

Persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada landasan teori yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian dan lokasi penelitian

2. Ani Rakhmanita. “ *Usaha Kuliner Berskala Mikro dan Kecil di Desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor: Kondisi Pasca Covid-19*” (2021). Universitas Bina Sarana Informatika.

Fokus penelitian yang diangkat dari masalah ini adalah dampak usaha kuliner pasca covid dan strategi beradaptasi usaha kuliner pasca covid.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk lebih memahami dan menangkap fenomena sosial dan persepsi informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner, wawancara dan observasi.

Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 86% menerapkan berbagai strategi antara lain Menggunakan berbagai media sosial dan market place sebagai sarana berdagang, Mengganti produk yang relevan dengan kondisi kebutuhan pasar di era covid dan Memberikan promo dan diskon menarik.

Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan jenis pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan

menggunakan data primer dan data sekunder. Perbedaan terletak pada lokasi penelitian dan teknik pengumpulan data.<sup>10</sup>

3. Dikdik Purwadisastra. “ *Strategi Ritel Konvensional Modern Dalam Menghadapi Persaingan Pada Masa Pandemi Covid-19* “ (2021), Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia-Manajemen.

Fokus penelitian diangkat dari penelitian ini adalah ingin mengetahui Strategi yang tepat bagi ritel konvensional modern dalam menghadapi persaingan.

Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan analisa matriks IFAS skor berada pada tentunya sistem informasi yang harus diperbaiki terutama lebih inovasi dalam pelayanan dengan menggunakan *digital marketing* dalam melayani konsumen. Matrik EFAS diketahui skor 3,3 dimana rata-rata lokasi ritel yang strategis itu menjadi peluang bagi ritel konvensional modern untuk bertahan dimasa pandemi ini walaupun sangatlah sulit karena seperti yang diketahui konsumen ataupun masyarakat lebih senang berbelanja secara online dan persaingan bukan promosi menjadi lebih digital dan pelayanan pub bisa menjadi lebih digital juga.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, data diolah berdasarkan hasil analisis SWOT dengan membuat matriks IFAS dan EFAS. Jenis penelitian ini berbentuk deskriptif berdasarkan pengolahan data kualitatif. sumber data dalam penelitian ini adalah observasi, angket, dan wawancara.

---

<sup>10</sup>Ani Rakhmanita, “Usaha Kuliner Berskala Mikro dan Kecil di Desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor: Kondisi Pasca Covid-19.” *Jurnal Ekonomi & Manajemen* Vol. 19 No 1 (Maret 2021), 41

Kesamaan penelitian ini adalah keduanya melalui penggunaan penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini juga menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah lokasi dalam penelitian dan berdasarkan hasil analisis SWOT dengan membuat matriks IFAS dan EFAS.<sup>11</sup>

4. Achmad Alfin. “ *Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19* “ (2021), Program Studi Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Fokus penelitian yang diangkat adalah Bagaimana strategi dalam menjalankan bisnis bagi pelaku usaha agar dapat bertahan di era pandemic covid-19.

Hasil dari penelitian ini adalah adapun strategi yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk tetap bertahan di tengah pandemi antara lain beralih ke pemasaran e-commerce, karena masyarakat saat ini lebih banyak di rumah sehingga banyak yang memilih untuk berbelanja online, melakukan pemasaran kegiatan menggunakan media digital teknologidengan tujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, peningkatan kualitas produk dan layanan konsumen sehingga nantinya dapat tercipta hubungan yang baik dan loyal antara pelaku usaha dengan konsumen, penerapan strategi customer relationship marketing dengan tujuan menumbuhkan kepercayaan konsumen produk tetap.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah

---

<sup>11</sup>Dikdik Purwadisastra, “Strategi Ritel Konvensional Modern Dalam Menghadapi Persaingan Pada Masa Pandemi Covid-19.” Jurnal Ekonomi dan Binis Vol. 8 No. 1 (Februari 2021), 187

penelitian ini menggunakan observasi partisipatif dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder.<sup>12</sup>

5. Ade Onny Siagian. “ *Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif* “ (2021), Universitas Bina Sarana Informatika.

Fokus penelitian yang diangkat adalah strategi pemasaran pada fenomena kewirausahaan di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini salah satunya dapat dilakukan melalui penyusunan strategi pemasaran kewirausahaan di sektor ekonomi kreatif melalui STP (Segmenting, Targeting dan Positioning) untuk menarik konsumen dengan konsep pasar halal. Sedangkan faktor pendukung kewirausahaan di sektor ekonomi kreatif selama masa pandemi Covid-19 agar dapat berfungsi secara efektif dan efisien, pelayanan mengungguli customer rewards, afiliasi atau kemitraan dan modal sosial.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya penelitian ini menggunakan pendekatan kepustakaan dan sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder.<sup>13</sup>

6. Richa Nahdalaily Fathara, Muhammad Rizal, Ria Arifianti, Asmaul Husna. “ *Strategi Model Bisnis UMKM Kuliner Untuk Bertahan di Era Covid-19* “. (2021), Universitas Padjadjaran , Bandung, Jawa Barat, Indonesia.

<sup>12</sup>Achmad Alfin, “Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19.” *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 1 No. 8 (Januari 2021), 1543

<sup>13</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 (Januari 2021), 206

Fokus penelitian yang diangkat pada penelitian ini adalah menganalisis strategi model bisnis yang dirancang agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di era Covid .

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan inovasi model bisnis yang dapat diterapkan oleh UMKM dalam menghadapi era Covid-19. Penulis menggunakan teori-teori yang ada dari literatur model bisnis untuk mengidentifikasi komponen kunci atau kondisi dari model bisnis yang berkelanjutan dalam mencapai ketahanan bisnis. Hal ini bertujuan untuk memberikan saran sebagai panduan bagi perusahaan dalam merancang model bisnis dalam menghadapi Covid-19.

Persamaan dalam penelitian ini adalah keduanya membahas strategi model bisnis yang digunakan agar bisnis dapat bertahan dan berkembang di era covid. Dan juga sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan penelitian saya menggunakan data primer dan sekunder serta perbedaan lokasi dalam penelitian.<sup>14</sup>

7. Herlina Muksin. *“Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram).”* (2021), Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Fokus penelitian ini adalah apa saja strategi dari pelaku UMKM dalam bidang kuliner di seputaran Gomong Mataram menghadapi pasar di Era Pandemi Covid-19.

---

<sup>14</sup>Richa Nahdalaily Fathara, Muhamad Rizal, Ria Arifianti, Asmaul Husna. “Strategi Model Bisnis UMKM Kuliner Untuk Bertahan di Era Covid-19.” *Jurnal Bahtera Inovasi* Vol. 4 No. 2 (2021), 111

Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan dari pelaku UMKM dalam bidang Kuliner di seputaran Gomong Mataram dalam menghadapi pasar di Era Pandemi Covid-19.

Kesamaan dalam penelitian ini adalah keduanya membahas strategi dalam menghadapi pasar di masa pandemi di bidang kuliner. Dalam jenis penelitian ini, menggunakan penelitian kualitatif dan pengumpulan data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitiannya.<sup>15</sup>

8. Mohammad Haidar Ali. “ *Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM* “ (2020), Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura.

Fokus penelitian ini mengenai etika bisnis yang diterapkan di tengah pandemi untuk mengambil langkah-langkah yang strategis untuk mempertahankan bisnisnya akibat pandemic covid-19.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dalam etika bisnis terdapat prinsip-prinsip etika yang harus dipatuhi oleh para pelaku bisnis. Penerapan etika bisnis dan strategi bisnis dilakukan demi mewujudkan keberlangsungan atau sustainability sebuah bisnis di masa pandemi global yang sedang berlangsung dan juga saat pandemi telah berakhir untuk memperkuat manajemen bisnis. Kesamaan dari penelitian ini adalah baik dalam penggunaan metode kualitatif maupun dalam melakukan penelitian

---

<sup>15</sup>Herlina Muksin. “Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram).” Universitas Muhammadiyah Mataram, (2021), 8

dengan menggunakan wawancara mendalam. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada etika bisnis yang diterapkan pada masa pandemi dan perbedaan lokasi penelitian.<sup>16</sup>

9. Mia Mulyani Petri. *“Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19”*. (2020) Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Fokus penelitian yang diangkat adalah strategi pemasaran yang ditetapkan, kendala yang dihadapi serta solusi dalam menghadapi pandemi untuk mempertahankan bisnis.

Hasil dari penelitian ini adalah dalam melakukan strategi pemasaran Toko Buket Bunga Gallery Daikasu menggunakan bauran pemasaran 4P yang terdiri dari produk, strategi harga, strategi promosi. Kendala yang di hadapi adalah bahan baku dan keuangan toko. Solusi toko buket bunga gallery daisuki dalam menghadapi pandemi yaitu dengan menjaga cashflow, inovasi produk, memaksimalkan media sosial dan memaksimalkan layanan antar atau *delivery*.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan perbedaannya terletak pada pengumpulan data dan hasil penelitian yang dilakukan serta lokasi dalam penelitian.<sup>17</sup>

<sup>16</sup>Mohammad Haidar Ali, “Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM” *Eco-Entrepreneurship* Vol. 6 No.1 (Juni 2020), 34

<sup>17</sup>Mia Mulyani Petri, “Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19” Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, (2020), 9

10. Feti Fatimah dan Wenny Murtalining Tyas. “ *Strategi Bersaing UMKM Rumah Makan di saat Pandemi Covid-19* “ (2020), Universitas Muhammadiyah Jember.

Fokus penelitian yang diangkat dari penelitian ini adalah strategi bersaing UMKM rumah makan di saat Pandemi Covid-19 di daerah kampus Jember.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki UMKM apabila diberdayakan secara bersama-sama akan meningkatkan usahanya. Pengaplikasian strategi bersaing pada UMKM Rumah Makan di daerah kampus dengan cara memadukan strategi stabilitas pertumbuhan serta menggunakan rumusan strategi S-O dari analisis SWOT.

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT Untuk membuat startegi bersaing. Mengumpulkan data melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder.

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan oendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakanpun sama-sama menggunakan data primer dan sekunder. Sedangkan perbedaannya terletak pada analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk membuat startegi bersaing.<sup>18</sup>

<sup>18</sup>Feti Fatimah, Wenny Murtalining Tyas, “Strategi Bersaing UMKM Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid-19.” Jurnal Penelitian IPTEKS Vol. 5 No. 2 (Juli 2020), 245

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Kajian Penulis**  
**dengan Penelitian terdahulu**

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Salsabila Priska Adiristi, Yudan Hermawan, 2022 , “ <i>Strategi Bertahan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19</i> “	a. Penggunaan penelitian kualitatif.	a. Terletak pada landasan teori yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian. b. Lokasi penelitian
2	Ani Rakhmanita, 2021, “ <i>Usaha Kuliner Berskala Mikro dan Kecil di Desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor Kondisi Pasca Covid-19</i> ”	a. Penggunaan penelitian kualitatif. b. Menggunakan jenis pendekatan deskriptif kualitatif. c. Menggunakan sumber data primer dan sekunder.	a. Terletak pada teknik pengumpulan data. b. Lokasi penelitian
3.	Dikdik Purwadisastra, 2021, “ <i>Strategi Ritel Konvensional Modern Dalam Menghadapi Persaingan Pada Masa Pandemi Covid-19.</i> ”	a. Penggunaan penelitian kualitatif. b. Menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.	a. Dalam penelitian terdahulu ini berdasarkan hasil analisis SWOT dengan pembuatan matriks IFAS dan EFAS. b. Lokasi penelitian.
4.	Achmad Alfin, 2021, “ <i>Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19.</i> ”	a. Penggunaan penelitian kualitatif.	a. Penelitian terdahulu ini menggunakan observasi partisipan. b. Sumber data yang digunakan hanya data sekunder.
5.	Ade Onny Siagian, 2021, “ <i>Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi Covid-19.</i> ”	a. Penggunaan metode kualitatif. b. Menggunakan deskriptif kualitatif.	a. Menggunakan pendekatan kepustakaan. b. Sumber data yang digunakan hanya data sekunder.

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
6.	Richa Nahdalaily Fathara, Muhammad Rizal, Ria Arifianti, Asmaul Husna, 2021, " <i>Strategi Model Bisnis UMKM Kuliner Untuk Bertahan Di Era Pandemi Covid-19.</i> "	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggunaan metode kualitatif.</li> <li>b. Menggunakan analisis deskriptif kualitatif.</li> <li>c. Sama-sama membahas tentang strategi model bisnis yang digunakan agar usaha dapat bertahan dan berkembang di era covid-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dalam penelitian terdahulu ini menggunakan studi literature.</li> <li>b. Lokasi penelitian.</li> </ul>
7.	Herlina Muksin, 2021, " <i>Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram).</i> "	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggunaan metode kualitatif.</li> <li>b. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.</li> <li>c. Sama-sama membahas mengenai strategi dalam menghadapi pasar di era pandemi dalam bidang kuliner.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi penelitian.</li> </ul>
8.	Mohammad Haidar Ali, 2020, " <i>Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM.</i> "	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggunaan metode kualitatif.</li> <li>b. Dalam penelitian melakukan wawancara yang mendalam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Terletak pada fokus penelitiannya yang mana dalam penelitian terdahulu ini lebih fokus ke etika bisnis yang diterapkan di masa pandemi.</li> <li>b. Lokasi penelitian.</li> </ul>
9.	Mia Mulyani Petri, 2020, " <i>Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19.</i> "	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggunaan penelitian kualitatif.</li> <li>b. Menggunakan metode deskriptif kualitatif.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Lokasi penelitian.</li> <li>b. Pengambilan data dalam penelitian.</li> <li>c. Dalam penelitian terdahulu ini pengambilan sampel data dilakukan secara purposive sampling.</li> </ul>

No	Nama, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
10.	Feti Fatimah, Wenny Murtalining Tyas, 2020, "Strategi Bersaing UMKM Rumah Makan disaat Pandemi Covid-19".	a. Penggunaan penelitian kualitatif. b. Menggunakan metode deskriptif kualitatif. c. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder	a. Dalam penelitian terdahulu analisis data ini menggunakan analisis SWOT untuk membuat strategi bersaing b. Lokasi penelitian

Sumber: Diambil dan diolah dari beberapa penelitian sebelumnya.

Dengan adanya pandemi Covid-19 saat ini telah membawa perubahan besar pada seluruh kehidupan manusia, termasuk perekonomian secara luas. Berbagai cara dilakukan untuk mempertahankan bisnis dengan berbagai strategi yang dijalankan menunjukkan kemampuan bertahan dalam memulai bisnis. Strategi bisnis kuliner merupakan keputusan desain yang berkaitan dengan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran bisnisnya.

## B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.<sup>19</sup>

### 1. Konsep Strategi

#### a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani "*Strategos*" yang berasal dari kata "*stratus*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti memimpin.

<sup>19</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 46.

Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para pejabat dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang.

Strategi secara umum mengacu pada pembahasan pokok manajemen strategi. Perencanaan dalam strategi mengacu pada penggunaan konsep strategi untuk mengembangkan suatu rencana tindakan atau aksi yang akan dijalankan oleh seseorang ataupun organisasi yang termasuk dalam kategori lingkup kecil maupun besar.

Strategi ini sangat penting karena sebaik apapun segmentasi pasar, target pasar, penempatan produk dan posisi pasar tidak akan berhasil jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi merupakan langkah-langkah awal yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan. Terkadang langkah yang harus di hadapi oleh perusahaan bermacam-macam, terkadang terjal, berliku-liku dan terkadang juga mudah.

Strategi dasar masing-masing bisnis mencakup empat masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menentukan spesifikasi dan kualifikasi hasil yang ingin dicapai dan menjadi sasaran usaha dengan memperhatikan aspirasi masyarakat yang membutuhkan.
2. Pertimbangan dan pemilihan pendekatan efektif yang paling penting untuk mencapai tujuan.

3. Pertimbangan dan penentuan langkah-langkah yang diambil dari awal sampai akhir.
4. Pertimbangan dan penerapan kriteria dan standar kriteria yang akan digunakan untuk menilai keberhasilan usaha yang dijalankan

b. Mengimplementasi Strategi

Sering disebut juga tahapan dari aktivitas manajemen strategi. Dalam tahap mengimplementasikan strategi ini perusahaan menetapkan tujuan atau sasaran perusahaan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi para karyawan dan mengalokasikan sumber daya agar strategi yang telah disusun bisa dijalankan. Implementasi strategi ini meliputi budaya yang mendukung pengembangan perusahaan, menyiapkan anggaran, memanfaatkan system informasi, memotivasi sumber daya manusia supaya mau menjalankan dan bekerja sebaik mungkin. Implementasi strategi membutuhkan disiplin dan kinerja yang tinggi serta imbalan jasa yang mencukupi.

c. Mengevaluasi dan pengawasan strategi

Evaluasi dan Pengawasan strategi adalah tahap akhir didalam proses manajemen strategi. seluruh strategi adalah subyek modifikasi di masa mendatang, sebab berbagai faktor baik eksternal maupun internal akan terus mengalami sebuah perubahan.

Evaluasi Strategi meliputi beberapa hal:

1. Mereview faktor faktor eksternal dan internal yang merupakan dasar bagi setiap strategi yang sedang dijalankan

2. Mengukur kinerja yang sudah dijalankan
3. Mengambil sebuah tindakan perbaikan apabila terjadi ketidaksesuaian

Evaluasi strategi ini sangat dibutuhkan bagi perusahaan karena suatu kesuksesan usaha yang diraih saat ini bukan menjadi keberhasilan dimasa mendatang. Bahkan seringkali kesuksesan usaha pada masa sekarang bisa memunculkan persoalan yang baru dan berbeda. Pun demikian bila mengalami kegagalan, maka persoalan yang baru muncul dan harus dihadapi supaya bisa menghidupkan kembali aktivitas bisnis yang telah gagal. Di dalam perusahaan besar, proses perumusan (formulasi) strategi, implementasi, pengevaluasian dan pengawsan strategi ada tiga tingkatan hierarki, tingkatan corporate, tingkat divisi serta tingkatan fungsional.<sup>20</sup>

#### d. Prinsip Manajemen Strategik

1. Perencanaan Strategi Merembes (menembus), seluruh manajer diberbagai divisi harus belajar untuk berfikir secara strategis, seluruh tingkat managerial akan terlibat di dalam manajemen strategi dengan berbagai cara tertentu. tiap pola dan cara yang akan dipakai berbeda namun masih mengarah pada sasaran yang sama, tujuan yang ditetapkan.

<sup>20</sup> Dr. Taufiqurokhman, S.Sos., M.Si., *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama, 20016), 32

2. Perencanaan Komprehensif, maksudnya adalah perencanaan yang berdasarkan pada kebutuhan serta pengembangan bisnis, tidak dibuat dengan asal-asalan.

e. Komponen Proses Manajemen Strategik

Ada beberapa komponen dalam proses manajemen strategi, di antaranya:

1. Misi Organisasi (perusahaan), merupakan gambaran tujuan tentang keberadaan perusahaan. misi ini meliputi type, ruang lingkup serta karakteristik tindakan yang akan dijalankan
2. Tujuan, tujuan merupakan hasil akhir dari sebuah kegiatan. disini akan ditegaskan hal apa yang akan dicapai, kapan waktunya, dan berapa yang harusnya dicapai.
3. Strategi, merupakan suatu keterampilan atau ilmu dalam memenangkan sebuah persaingan. persaingan adalah perebutan konsumen (pangsa pasar) dan konsumen setiap saat akan mengalami perubahan, maka strategi hendaknya dikelola dengan sedemikian rupa supaya tujuan perusahaan bisa tercapai
4. Kebijakan, kebijakan merupakan cara dalam mencapai sasaran perusahaan. kebijakan mencakup garis pedoman, aturan-aturan dan prosedur untuk menyokong usaha pencapaian sasaran atau tujuan yang sudah ditetapkan

5. Profil Perusahaan, menggambarkan kondisi perusahaan baik itu keuangan, sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya fisik lainnya.
6. Lingkungan Eksternal, merupakan seluruh kekuatan yang akan memberikan pengaruh terhadap pilihan strategi serta mendefinisikan kondisi kompetisinya
7. Lingkungan Internal, lingkungan internal mencakup seluruh unsur bisnis yang terdapat pada perusahaan
8. Analisa Strategi dan Pilihan, hal ini ditujukan kepada keputusan dalam investasi untuk masa mendatang
9. Strategi Unggulan, merupakan rencana umum serta komprehensif atas semua aktivitas utama yang ditujukan pada usaha pencapaian sasaran dalam lingkungan yang bersifat dinamis
10. Strategi Fungsional, adalah penjabaran strategi umum yang nantinya dijalankan oleh divisi.<sup>21</sup>

Pada prinsipnya, manajemen strategik terdiri atas tiga tahapan, yaitu:

1. Tahap Formulasi: Meliputi pembuatan misi, pengidentifikasian peluang dan tantangan eksternal organisasi, penentuan kekuatan dan kelemahan internal, pembuatan sasaran jangka panjang, pembuatan pilihan-pilihan strategi, serta pengambilan keputusan strategi yang dipilih untuk diterapkan. Dalam hal penyusunan

<sup>21</sup> Dr. Taufiqurokhman, S.Sos., M.Si., *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama, 20016), 33

strategi, Fred R. David membagi proses ke dalam tiga tahapan aktivitas, yaitu: *input stage*, *matching stage*, dan *decision stage*. Termasuk di dalam formulasi strategi adalah pembahasan tentang bisnis baru yang akan dimasuki, bisnis yang dihentikan, alokasi sumber- sumber yang dimiliki, apakah akan melakukan ekspansi atau diversifikasi usaha, apakah akan memasuki pasar internasional, apakah akan melakukan merger atau membentuk *joint-venture*, serta bagaimana untuk menghindari pengambilalihan secara paksa (*hostile takeover*).

2. Tahap Implementasi (biasa juga disebut tahap tindakan): meliputi penentuan sasaran tahunan, pengelolaan kebijakan, pemotivasian pegawai, pengalokasian sumber-sumber agar strategi yang diformulasikan dapat dilaksanakan. Termasuk di dalamnya adalah pengembangan kultur yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahan usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta mengkaitkan kompensasi pegawai dengan kinerja organisasi. Pada tahap ini, ketrampilan interpersonal sangatlah berperan, strategi bukanlah sekedar aktivitas problem-solving, tetapi lebih dari itu strategi bersifat terbuka (*open-ended*) dan kreatif untuk mempertajam masa depan dalam model *chain of command* di mana suatu strategi harus dijalankan setepat mungkin

(menghindari bias-bias yang tidak perlu dalam setiap bagian struktur organisasi).

3. Tahap Evaluasi: meliputi kegiatan mencermati apakah strategi berjalan dengan baik atau tidak. Hal ini dibutuhkan untuk memenuhi prinsip bahwa strategi perusahaan haruslah secara terus-menerus disesuaikan dengan perubahan-perubahan yang selalu terjadi di lingkungan eksternal maupun internal. Tiga kegiatan utama pada tahap ini adalah: Menganalisa faktor-faktor eksternal dan internal sebagai basis strategi yang sedang berjalan, Pengukuran kinerja, dan Pengambilan tindakan perbaikan.<sup>22</sup>

Terlepas dari pendekatan perencanaan yang digunakan, formulasi strategi harus berlandaskan pada pemahaman secara mendalam pada pasar, kompetisi, dan lingkungan eksternal. Strategi hadir dalam berbagai bentuk. Namun demikian, strategi akan mengidentifikasi tipe-tipe barang dan jasa yang akan dijual, sumber-sumber dan teknologi yang digunakan dalam proses produksinya, metoda koordinasi usaha-usaha dan rencana-rencana untuk digunakan untuk menghasilkan kinerja yang efisien dan efektif, serta tipe-tipe aktivitas yang diambil. Richard P. Rumelt mengidentifikasi empat tolok ukur yang digunakan untuk menguji baik atau tidaknya suatu strategi, yaitu :

---

<sup>22</sup> Dr. Taufiqurokhman, S.Sos., M.Si., *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama, 20016), 33

1. *Consistency*: Strategi tidak boleh menghadirkan sasaran dan kebijakan yang tidak konsisten.
2. *Consonance*: Strategi harus merepresentasikan respons adaptif terhadap lingkungan eksternal dan terhadap perubahan-perubahan penting yang mungkin terjadi.
3. *Advantage*: Strategi harus memberikan peluang bagi terjadinya pembuatan atau pemeliharaan keunggulan kompetitif dalam suatu wilayah aktivitas tertentu (terpilih).
4. *Feasibility*: Strategi tidak boleh menggunakan sumber-sumber secara berlebihan (di luar kemampuan) dan tidak boleh menghadirkan persoalan-persoalan baru yang tidak terpecahkan.<sup>23</sup>

## 2. Bisnis

### a. Pengertian bisnis

Pengertian bisnis adalah keseluruhan dari aktivitas yang diorganisir oleh orang yang tidak berurusan di dalam bidang industri dan perniagaan yang menyediakan barang dan jasa agar terpenuhinya suatu kebutuhan dalam perbaikan kualitas hidup.<sup>24</sup>

Dalam konteks pembicaraan umum, bisnis (*business*) tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran.

Barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya mempunyai tujuan menghasilkan laba

<sup>23</sup> Dr. Taufiqurokhman, S.Sos., M.Si., *Manajemen Strategik* (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama, 2016), 28

<sup>24</sup> Farida Hanum Nasution, "Peran Administrasi Perkantoran Dalam Dunia Bisnis." *Jurnal Warta* Edisi: 49, (Juli, 2016), 4

untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan di pelaku bisnis. Membangun dan mengembangkan bisnis adalah sebuah prestasi yang membanggakan dan itu lebih dari pada uang. Memang keuntungan adalah salah satu target dari hasil pekerjaan yang ingin diraih namun kepuasan batin akan sangat terasa pada saat produk/karya yang dilakukan dinilai dan disukai oleh konsumen.

Organisasi bisnis dapat tumbuh dan berkembang apabila dalam menjalankan aktivitas usahanya berpegang pada konsep efektivitas dan produktivitas. Tidak dapat dipungkiri berdirinya organisasi bisnis adalah pencapaian keuntungan secara optimal. Langkah untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi yang tepat sasaran baik segi kualitas, harga, maupun daya saing atas produk yang dihasilkannya.<sup>25</sup>

#### b. Bisnis dalam Islam

Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profilnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Karenanya,

<sup>25</sup>Aldita Andira M, Agus Suyatno, Rachma Ika S, *Penerapan Strategi Bisnis Alditastore Di Masa Pandemi Covid 19*, Seminar Nasional & Call For Paper HUBUSINTEK 2021, 709

persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami. Berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain, seperti rekanan bisnis dan pesaing. Dalam berbisnis harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.<sup>26</sup>

### 3. Strategi Bisnis

#### a. Macam-Macam Strategi Bisnis

##### 1. Strategi Kepemimpinan Biaya

Strategi ini dapat membuat perusahaan lebih efisiensi dengan cara memproduksi dengan volume banyak dari standar produk agar perusahaan bisa mengambil keuntungan dari skala dan kurva pengalaman.

Produk dalam strategi ini biasanya adalah produk yang umum yang diproduksi dengan biaya rendah dan diterima oleh masyarakat

luas. Strategi ini memerlukan pertimbangan dari keunggulan pasar atau akses yang mudah pada bahan baku, komponen, tenaga kerja penting lainnya agar bisa sukses.

##### 2. Strategi Diferensiasi

Diferensiasi memiliki tujuan pasar yang luas dimana melibatkan kreasi dari produk atau pelayanan sebagai keunikan dari industry itu sendiri. Perusahaan atau unit bisnis nantinya akan

<sup>26</sup> Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 01 No. 01, Desember 2015, 36

membebankan biaya premium terhadap produk tersebut. Diferensiasi ini bisa dilakukan mulai dari desain, *brand image*, teknologi, fitur, *dealers*, jaringan atau pelayanan konsumen.<sup>27</sup>

Diferensiasi ini merupakan strategi yang dilakukan agar perusahaan bisa lebih dari rata-rata yang ada dalam bisnis tertentu agar mendapatkan konsumen yang loyal terhadap merek karena sensitivitas terhadap harga. Peningkatan biaya yang muncul bisa saja diberikan kepada pembeli. Loyalitas pembeli dapat memberikan suatu masukan baru pada perusahaan untuk mengembangkan kompetensi untuk mendiferensiasikan produknya dalam berbagai cara agar sukses. Strategi diferensiasi ini bisa meningkatkan keuntungan daripada strategi biaya rendah karena diferensiasi membentuk rintangan baru yang lebih baik. Sedangkan strategi biaya rendah lebih kepada meningkatkan pasar.

### 3. Strategi Fokus

Strategi ini mengkonsentrasikan perusahaan terhadap beberapa target pasar saja, biasanya disebut dengan strategi fokus. Strategi ini bertujuan untuk fokus terhadap usaha pemasaran pada satu atau dua segmen pasar dan membuat bauran pemasaran yang dikhususkan untuk pasar tersebut sehingga perusahaan bisa menemukan kebutuhan target pasar lebih baik.

<sup>27</sup> Muhammad Bahtiar Abdillah, *Analisis Strategi Bisnis Pada UMKM Kerajinan Bambu Di Kota Bandung*, Jurnal AdBispreneur Vol. 2 No. 3, Desember 2017, 231-232

Perusahaan ini biasanya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif akan lebih memilih efisiensi dibandingkan dengan efektifitas. Hal ini lebih cocok terhadap perusahaan kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. Strategi fokus ini digunakan untuk memilih target tertentu yang membutuhkan satu substitusi dimana persaingan di dalamnya lemah untuk mendapatkan pengembalian investasi yang diatas rata-rata.<sup>28</sup>



---

<sup>28</sup>Muhammad Bahtiar Abdillah, *Analisis Strategi Bisnis Pada UMKM Kerajinan Bambu Di Kota Bandung*, Jurnal AdBispreneur Vol. 2 No. 3, Desember 2017, 231-232

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang jenis datanya kualitatif dengan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk narasi.<sup>29</sup> Pendekatan kualitatif ini dipilih peneliti karena dapat mengungkap data secara mendalam mengenai strategi bisnis kuliner pada masa pandemi di Dira *Cafe* Kencong.

Peneliti menggunakan metode kualitatif berupa observasi, wawancara atau telaah dokumen untuk memperoleh data yang alami, menggali data dan menyajikannya sesuai dengan kondisi lapangan. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti juga mampu mendokumentasikan, menganalisis dan mengajukan pertanyaan tanpa mempengaruhi dinamika objek yang diteliti.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian deskriptif. Dalam penelitian deskriptif data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian laporan penelitian berisi kutipan-kutipan data untuk memberi

---

<sup>29</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 6.

gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan atau catatan memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>30</sup>

Oleh karena itu peneliti menggunakan metode penelitian tersebut untuk dapat melakukan penelitian secara detail dan mendalam melalui metode yang digunakan sehingga dapat menemukan fakta tentang fokus penelitian yang akan diteliti secara mendalam.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini berada di Dira Kencong *Shopping Centre and Waterpark* tepatnya di Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Alasan peneliti memilih tempat ini adalah karena Dira Kencong *Shopping Center dan Waterpark* memiliki sebuah kafe bernama Dira *Cafe* Kencong. Kafe ini menciptakan inovasi baru dengan menu makanan dan minuman yang baru dan unik. Dira Kencong menyediakan makanan yang tidak ketinggalan di berbagai usaha kuliner lainnya, sehingga memenuhi kebutuhan selera masyarakat. Dengan adanya menu ini menjadi senjata untuk menghentikan pembeli dari kebosanan dan menambah rasa penasaran para pecinta masakan.

## **C. Subyek Penelitian**

Pada tahap ini menggunakan penelitian yang *Purposive*, yaitu teknik pengambilan informan dengan pertimbangan tertentu. Peneliti akan menentukan beberapa informan yaitu orang-orang yang memberikan informasi terkait dengan masalah penelitian. Dalam menentukan informan

---

<sup>30</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: RemajaRosdakarya, 2017), 6.

berdasarkan jika orang tersebut terlibat dalam mengelola data dan dapat memberikan informasi dan dapat di percaya. Berdasarkan uraian di atas, informan meliputi:

1. Bapak Tommy Nurdansyah Manager HRD Dira Kencong *Shopping Centre and Waterpark*
2. Bapak Lukman Manager Dira *Cafe* Kencong Jember.
3. Evan Fathoni, Mohammad Ricky, Xirendy Setya Hafizh selaku Karyawan Dira *Cafe* Kencong.
4. Nurhafifatul Qomariyah, Nurkholifatun Nafisa, Rangga Apriyono selaku Konsumen Dira *Cafe* Kencong

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada jenis penelitian kualitatif yang digunakan peneliti adalah merupakan instrument pertama untuk menemukan data melalui interaksi simbolik dengan informan atau topik yang akan diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan yaitu teknik pengumpulan yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.<sup>31</sup>

Jenis observasi yang dilakukan oleh peneliti ini adalah observasi non partisipatif. Observasi non partisipatif, yaitu peneliti melakukan

---

<sup>31</sup>Mamik, *Metodologi Penelitian*, (Sidoarjo: Zifatama, 2015),104.

pengamatan tentang objek atau pengamatan yang diperlukan dan tidak harus terlibat dalam kegiatan sehari-hari dalam kegiatan atau kehidupan yang dilakukan oleh subjek penelitian. Data yang diperoleh peneliti dalam teknik observasi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira *Cafe* Kencong Jember.
  2. Implikasi Strategi Bisnis Kuliner Yang Dilakukan Di Dira *Cafe* Kencong Jember.
2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilaksanakan oleh dua pihak, yaitu pewawancara atau yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara atau yang memberikan jawaban atas pertanyaan pewawancara tersebut.<sup>32</sup>

Teknik wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian. Karena menyangkut data maka wawancara salah satu elemen penting dalam proses penelitian. Wawancara atau interview juga dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi dari responden secara bertanya langsung bertatap muka.<sup>33</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur yang dimaksud adalah wawancara yang dipimpin oleh pedoman wawancara, namun apabila ada pertanyaan

---

<sup>32</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186

<sup>33</sup>Mamik, *Metodologi Penelitian*, 109

di luar pedoman sewaktu-waktu tetap dapat dilakukan. Data yang diperoleh peneliti dengan menggunakan teknik wawancara adalah:

1. Strategi Bisnis yang diterapkan Dira *Cafe* untuk dapat bertahan Pada Masa Pandemi Covid 19.
2. Implikasi Strategi Bisnis Kuliner Yang Digunakan Di Dira *Cafe* Kencong Jember.
3. Dokumentasi

Dokumentasi berarti upaya pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara menyelidiki benda-benda yang terdiri dari buku harian, notula rapat, laporan berkala, jadwal kegiatan dan lain sebagainya. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya dari seseorang.<sup>34</sup>

#### **E. Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari pengumpulan data sampai dengan pada tahap penulisan laporan.<sup>35</sup>

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data mengorganisasikan data, memilah-milah data menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>36</sup>

<sup>34</sup>Mamik, *Metodologi Penelitian*, 115

<sup>35</sup>Hengki Wijaya dan Umrati, *Analisis Data Kualitatif*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 155

<sup>36</sup>Lexy J. Moleong, *Mentode Penelitian Kualitatif*, 248.

Adapun alur kegiatan analisis data kualitatif yang terjadi dalam proses penelitian, yaitu:

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan kegiatan pengumpulan data pertama atau data mentah yang dikumpulkan ketika melakukan penelitian.

Teknik dalam menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui: angket, wawancara, pengamatan, ujian (tes), dokumentasi, dan lain-lain. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan teknik tergantung dari masalah yang dihadapi atau yang diteliti.

Dalam penelitian ilmiah, agar data yang dikumpulkan menjadi valid, maka harus mengetahui bagaimana cara-cara pengumpulan data dalam penelitian itu, sehingga data yang diperoleh dapat menjadi pendukung terhadap kebenaran suatu konsep tertentu. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara, pengamatan serta dokumentasi.<sup>37</sup>

b. Reduksi Data

Reduksi data dapat dimaknai sebagai suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan.

Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek penelitian kualitatif berlangsung. Peneliti melakukan reduksi data selama proses pengambilan data dari hasil wawancara. Reduksi ini dilakukan dengan

---

<sup>37</sup>Hengki Wijaya dan Umrati, *Analisis Data Kualitatif*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 120.

cara memisahkan data yang sesuai dengan pedoman wawancara dan yang tidak sesuai pedoman. Data yang kurang sesuai dengan fokus penelitian tidak dimasukkan dalam laporan penelitian.

Reduksi data ini merupakan wujud antisipasi apabila adanya hasil wawancara di luar kerangka fokus. Peneliti melakukan klasifikasi dan berdasarkan tema yang telah disusun, melakukan pengkodean data dan merangkum data.<sup>38</sup>

#### c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan suatu teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan seketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (bentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

Dalam melakukan penyajian data tepat dan terukur ini memerlukan data-data yang akurat. Data sendiri merupakan sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Agar bisa mendapatkan data yang akurat dan terpercaya maka perlu memaksimalkan adanya pengumpulan data.

#### d. Penarikan kesimpulan

Pada tahap penarikan kesimpulan ini yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap analisis/penafsiran data dan evaluasi kegiatan yang mencakup pencarian makna serta pemberian penjelasan dari data yang

<sup>38</sup>Ajif Praditia. *Pola Jaringan Sosial Pada Industri Kecil Rambut Palsu Di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga*. Skripsi Jurusan Pendidikan Sosiologi, 2013, Universitas Negeri Yogyakarta, hal. 37

telah diperoleh. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap, yang pertama menyusun simpulan sementara, tetapi dengan bertambahnya data maka perlu dilakukan verifikasi data, yaitu dengan cara mempelajari kembali data-data yang ada. Kedua, menarik simpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan responden dengan makna yang terkandung dalam masalah peneliti secara konseptual.<sup>39</sup>

#### **F. Keabsahan Data**

Validitas data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep validitas dan reliabilitas. Keabsahan triangulasi sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, memeriksa data dari berbagai sumber untuk menguji kredibilitas data. Sehubungan dengan data yang dianalisis oleh peneliti, hal ini harus mengarah pada kesimpulan yang membutuhkan kesepakatan/informasi dengan sumber data tersebut.

#### **G. Tahap-Tahap Penelitian**

Pada poin ini, penulis akan menjelaskan atau memberikan gambaran tentang proses pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Proses penelitian dari awal sampai akhir harus dijelaskan secara bertahap. Adapun tahap-tahap penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut :

##### 1. Tahap pra penelitian lapangan

Dalam tahap pra lapangan terdapat beberapa tahap yang dilalui oleh penulis, diantaranya sebagai berikut :

---

<sup>39</sup>Hengki Wijaya dan Umrati, *Analisis Data Kualitatif*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 120.

a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini, penulis membuat desain penelitian dengan mengumpulkan permasalahan yang diangkat sebagai judul penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan pengajuan judul, membuat matriks penelitian yang kemudian dikonsultasikan dengan dosen pembimbing. Setelah menyimpulkan, penulis menyusun proposal hingga diseminarkan.

b. Memilih tempat penelitian

Sebelum melakukan penelitian, penulis harus sudah memutuskan dimana lokasi penelitian akan dilakukan. Dalam hal ini peneliti memilih Dira *Cafe* Kencong Jember sebagai tempat penelitian.

c. Kelola izin penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan penelitian resmi, sehingga penulis harus menyertakan surat persetujuan dari pihak akademik kepada pihak tempat penelitian dilakukan.

d. Penilaian lapangan

Setelah surat izin diserahkan kepada perusahaan dengan respon yang baik atau dengan kata lain penulis telah mendapat izin untuk melakukan penelitian, selanjutnya penulis melakukan penelitian lapangan untuk mengetahui lebih lanjut tentang latar belakang objek penelitian, lingkungan penelitian dan lingkungan informan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penulis dalam menggali data.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Dimana penulis pada tahap ini memilih beberapa informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan dari penelitian penulis.

f. Menyiapkan peralatan penelitian

Setelah tahap penyusunan desain penelitian hingga tahap pemilihan dan pemanfaatan informan, maka langkah selanjutnya penulis menyiapkan peralatan yang dibutuhkan saat melakukan penelitian, seperti buku tulis, alat tulis, buku referensi dan lain-lain.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah tahap lapangan dilakukan, maka penulis melanjutkan pada tahap pekerjaan lapangan. Pada tahap ini penulis mulai terjun ke lokasi untuk mengumpulkan data melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tahapan ini terdiri dari beberapa bagian antara lain :

a. Memasuki lapangan penelitian

Pada tahap ini penulis masuk lapangan dan memulai proses penelitian untuk mendapatkan data-data dengan melakukan proses wawancara, observasi dan dokumentasi.

b. Menyempurnakan yang belum lengkap

Pada tahapan ini penulis berkali-kali datang ke lokasi penelitian untuk melengkapi data yang dirasa kurang lengkap.

3. Tahap analisis data

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari suatu penelitian . Dalam tahap ini seluruh data yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisa secara keseluruhan oleh penulis kemudian dideskripsikan dalam bentuk laporan

tertulis. Dalam tahap ini penulis juga melakukan kajian mendalam atau mengelola data hasil penelitian dan dipadukan dengan teori-teori yang ada. Pada tahapan ini terdapat bagian-bagian di antara lainnya ;

a. Menganalisis data yang diperoleh

Pada tahap ini penulis mengumpulkan seluruh data hasil penelitian untuk di analisa dan di susun menjadi laporan dalam bentuk laporan tertulis.

b. Menyajikan data dalam bentuk laporan

Pada tahap ini penulis menyajikan data dalam bentuk laporan yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing sampai dengan sebaik-baiknya.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Latar Belakang Sejarah Dira Kencong *Shopping Center and Waterpark*

Dira Kencong *Shopping Center and Waterpark* didirikan pada tanggal 5 Mei 2018 oleh Bapak Ponimin Tohari. Sebelum mendirikan perusahaan ini Bapak Ponimin Tohari adalah pengusaha Tembakau di Selatan Kota Jember, Tepatnya di Desa Pontang Kecamatan Ambulu. Dari hasil tembakau, Bapak Ponimin Tohari berhasil mendirikan Dira park, Dira Ambulu *Shopping Center*, Dira Balung *Shopping Center and Waterpark*, Dira Kencong *Shopping Center and Waterpark* dan beberapa Dira *Cafe*.

Awal mula muncul ide untuk membuat tempat Wisata Dira Park adalah karena melihat masyarakat sangat antusias dengan wahana wisata khususnya Jawa Timur dan sekaligus memberikan lapangan pekerjaan untuk warga di sekitarnya. Tidak hanya menyediakan permainan air saja,

di sana itu juga tersedia berbagai fasilitas komplit seperti shopping mall, cafe / restoran dan tempat bermain anak playground. Dira Kencong mempunyai beberapa *cafe* yang diantaranya Dira *Cafe* , Dira *Beach Cafe*, *Rustic Cafe*. Semua *cafe* mengutamakan nuansa kekinian dan instagramable yang sangat cocok untuk segala jenis kalangan. Dira *Cafe* merupakan tempat yang sangat cocok untuk berkumpul dengan keluarga . Hal ini merupakan sesuatu yang menyenangkan sekali ketika

menghabiskan banyak waktu liburan di sini. Menurut pengamatan, objek wisata Jember ini tak pernah sepi wisatawan. Tidak hanya wisatawan asal Jember, melainkan juga banyak wisatawan datang dari luar Kabupaten.

Tujuan didirikannya *Dira Cafe* di Kencong adalah untuk mengurangi angka pengangguran di kawasan Kencong dan sekitarnya, memberikan pelayanan prima kepada seluruh pengunjung dengan memberikan inovasi-inovasi terkini guna tercapainya kepuasan yang optimal bagi pengunjung dan kesejahteraan ekonomi karyawan. dan masyarakat sekitar lokasi.

## 2. Lokasi *Dira Cafe* Kencong

Lokasi *Dira Kencong Shopping Center and Waterpark* berada di Jalan Krakatau Nomor 93 Kencong dengan luas tanah  $\pm 3.500 \text{ m}^2$ .

## 3. Profil Perusahaan

- a. Nama perusahaan : *Dira Kencong Shopping Center and Waterpark*
- b. Alamat : Jl. Krakatau No.93 Kencong Jember
- c. Diresmikan : 5 Mei 2018
- d. Nama Pendiri : Ponimin Tohari
- e. Direktur Utama : Fera Eka Aulia
- f. General Manager : Dian Pertiwi
- g. Karyawan : 303<sup>40</sup>

<sup>40</sup>Bapak Tommy Nurdansyah HRD *Dira*, *Wawancara*, 30 Januari 2022

#### 4. Visi, Misi dan Tata Nilai Dira Kencong *Shopping Center and Waterpark*

##### a. Visi

Menjadi pilihan utama masyarakat untuk berbelanja, berwisata dan bermalam serta memberikan kepuasan bagi para pengunjung.

##### b. Misi

1. Mengelola dan mengembangkan tempat pariwisata khususnya di Kabupaten Jember
2. Mengembangkan pemasaran pariwisata yang sinergis, unggul dan bertanggungjawab untuk meningkatkan kunjungan dan lama tinggal wisata.
3. Meningkatkan profesionalisme pelayanan melalui peningkatan kualitas manajemen dan sumber daya manusia.

##### c. Tata Nilai

###### 1. *Integrity*

Jujur, tulus dan lurus. Pengunjung memilih tempat yang dipercaya untuk berbelanja, berwisata maupun bermalam. Kepercayaan dibangun melalui tindakan yang mencerminkan integritas dan etika bisnis yang tinggi secara konsisten.

###### 2. *Disiplin*

Menghargai waktu. Taat dan patuh terhadap nilai-nilai yang dipercaya merupakan tanggung jawabnya.

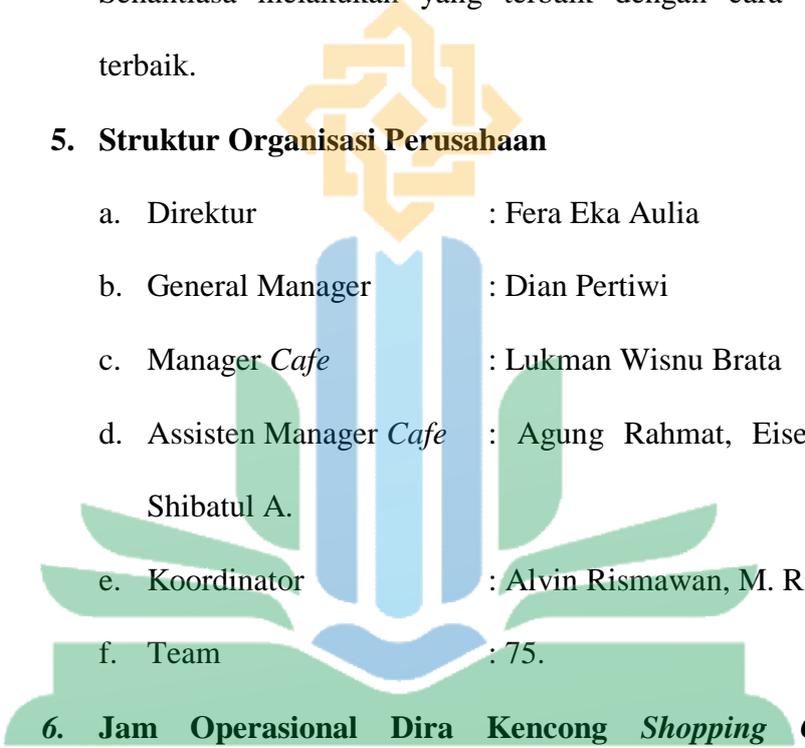
### 3. *Teamwork*

Tim adalah himpunan orang yang memiliki pertalian khas, komitmen, tata cara dan sinergi untuk mencapai satu tujuan.

### 4. *Continuous pursuit of excellent*

Senantiasa melakukan yang terbaik dengan cara dan kualitas terbaik.

### 5. **Struktur Organisasi Perusahaan**

- 
- a. Direktur : Fera Eka Aulia
  - b. General Manager : Dian Pertiwi
  - c. Manager *Cafe* : Lukman Wisnu Brata
  - d. Assisten Manager *Cafe* : Agung Rahmat, Eisen Soekarno, Shibatul A.
  - e. Koordinator : Alvin Rismawan, M. Rizky A.
  - f. Team : 75.

### 6. **Jam Operasional Dira Kencong Shopping Center and Waterpark**

Dira cafe : Senin – Jumat 07.30 – 21.00  
 Sabtu – Minggu 07.30 – 22.00.<sup>41</sup>

<sup>41</sup> Bapak Lukman Manager Dira *Cafe*, Wawancara, 30 Januari 2022

## B. Penyajian Data dan Analisis Data

Penyajian data dan analisis merupakan hasil penelitian yang dilakukan di Dira *Cafe* Kencong. Data tersebut diperoleh berdasarkan observasi, wawancara dengan Manager HRD dan beberapa informan lainnya, analisis Dira *Cafe* hingga dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian berikut.

### 1. Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira *Cafe* Kencong

Dalam hal ini yang dilakukan Dira *Cafe* untuk meluncurkan suatu produk atau meningkatkan penjualan mempunyai tugas untuk mempromosikan produk yang dijual atau diproduksi melalui berbagai media sosial. Apalagi di masa pandemi saat ini, Dira *Cafe* Kencong menerapkan strategi bisnis secara langsung dan tidak langsung. Dilakukan langsung dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Strategi Dira *Cafe* disini meliputi strategi bisnis dengan berjualan offline dan online, strategi ini digunakan karena adanya pandemi covid 19. Dira *Cafe* dilengkapi dengan beragam menu dan rasa untuk memikat konsumen.

“Dalam masa pandemi saat ini Dira *Cafe* melakukan penjualan secara offline dengan pembatasan pengunjung, tetapi Dira *Cafe* juga melakukan pelayanan dan penjualan secara online yang mana Dira *Cafe* ini bekerja sama dengan OKjek untuk mempermudah pembeli dalam memesan makanan untuk daerah Kencong dan sekitarnya.”<sup>42</sup>

Strategi yang digunakan di Dira *Cafe* untuk bisnis kuliner di masa pandemi saat ini dengan mempertahankan bisnis yang dijalankannya dengan keunikan menu, kualitas produk, harga dan pelayanan.

<sup>42</sup>Bapak Tommy Nurdansyah, Wawancara, 30 Januari 2022

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Tommy beliau mengakui bahwa untuk mempertahankan usahanya Dira *Cafe* dengan cara meningkatkan inovasi tentang menu yang dijual.<sup>43</sup>

“Kalau dari segi harga makanan atau minuman di Dira lebih murah jika dibandingkan dengan *cafe* lainnya yang ada di Kencong. Dengan harga murah dan suasana *cafe* yang mendukung untuk tempat berkumpul serta pelayanan yang dilakukan sangat baik untuk konsumen. Dira *cafe* juga menjadi tujuan dari semua kalangan. Dalam proses produksi di Dira *cafe* ini melakukan pengolahan aneka makanan dan minuman dengan menyajikan nama-nama menu yang unik sehingga membuat konsumen penasaran dengan nama menu yang ada di Dira *Cafe*. ”

Selain peneliti mewawancarai HRD Dira *Cafe*, peneliti juga mewawancarai karyawan terkait mempertahankan usaha dengan cara membuat inovasi baru.<sup>44</sup>

“Sesuai dengan jawaban Bapak Tommy, di Dira *Cafe* ini untuk mempertahankan usaha dan kepuasan konsumen disini menyediakan daftar menu yang unik sehingga konsumen atau pelanggan tersebut penasaran. Selain daftar menu dan suasana *cafe* yang estetik, kalau soal rasa makanan sudah tidak di ragukan lagi. Karena untuk karyawan yang bagian dapur sudah memenuhi kriteria atau sudah berpengalaman dalam bidang kuliner.

Selanjutnya peneliti mempertanyakan kepada Bapak Lukman tentang strategi yang dilakukan.<sup>45</sup>

“Strategi yang dilakukan dalam upaya mempertahankan bisnis ini adalah cita rasa masakan yang mana faktor cita rasa makanan dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli, tempat yang bersih, pelayanan terhadap konsumen dan harga terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.”

Setelah itu peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Tommy selaku Manager HRD Dira *Cafe* Kencong.<sup>46</sup>

<sup>43</sup>Bapak Tommy Nurdansyah , *Wawancara*, 30 Januari 2022

<sup>44</sup>Mohammad Ricky Karyawan Dira *Cafe*, *Wawancara*, 13 Desember 2022

<sup>45</sup>Bapak Lukman Manager Dira *Cafe*, *Wawancara*, 30 Januari 2022

“Saya akui bahwa pendapatan hasil penjualan menu di Dira *Cafe* selama ini terjadi penurunan, penurunan ini disebabkan karena adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan mengurangnya jumlah pengunjung Dira *Cafe*. Meskipun demikian tetapi tidak sampai mengalami kerugian. Strategi yang dilakukan untuk tetap mempertahankan usaha kuliner di Dira *Cafe* ini dengan meningkatkan kualitas produk, pelayanan terhadap pelanggan, dan promosi lewat media sosial.”

Saat bertanya kepada Bapak Lukman tentang implikasi strategi bisnis kuliner yang dilakukan maka dijawab :<sup>47</sup>

“Sesuai dengan strategi yang dilakukan mengenai kualitas produk dengan menyajikan menu makanan dan minuman yang bervariasi, pelayanan terhadap pelanggan, suasana *cafe* yang modern dan promosi lewat media sosial maka terjadi perubahan pendapatan hasil penjualan.”

Berdasarkan hasil observasi terlihat bahwa pengunjung di Dira *Cafe* sekarang cukup ramai, hal ini menunjukkan bahwa Dira *Cafe* memiliki strategi yang cukup efektif dan menarik minat pelanggan.

Berdasarkan hasil temuan dapat diketahui bahwa Dira *Cafe* melakukan strategi bisnisnya dengan menerapkan strategi sebagai berikut :

**a. Strategi Diferensiasi**

Strategi Diferensiasi ini merupakan strategi yang dilakukan agar perusahaan bisa lebih dari rata-rata yang ada dalam bisnis tertentu agar mendapatkan konsumen yang loyal terhadap merek karena sensitivitas terhadap harga. Selain berdasarkan pada keunggulan biaya rendah, keberhasilan strategi akan dibedakan dalam banyak cara seperti

---

<sup>46</sup>Bapak Tommy Nurdansyah , *Wawancara*, 30 Januari 2022

<sup>47</sup>Bapak Lukman Manager Dira *Cafe*, *Wawancara*, 30 Januari 2022

menaikkan penampilannya, kualitas, pelayanan dan keyakinan pada produk. Terdapat beberapa sumber-sumber diferensiasi yaitu :

- a) Diferensiasi Produk. Kreatifitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik contohnya mie mangkok, bakso spiral, korean barbeque, aneka bakaran barbeque yang di dalamnya ada daging sapi, daging ayam, pentol, sosis dan makanan yang lainnya. Karyawan yang ramah dan mampu mewujudkan dalam keseharian sehingga lebih diminati oleh konsumen.

“Dira *Cafe* menawarkan hidangan yang tidak ketinggalan di berbagai kafe lainnya, Dira *Cafe* juga menawarkan nama menu unik yang dihidangkan seperti mie mangkok yang mangkoknya terbuat dari kulit pangsit, bakso spiral, aneka bakaran barbeque yang bisa di makan rame-rame dan juga bisa dipakai fun piknik. Produk yang dijual seperti makanan dan minuman itu langsung dibuat setelah konsumen memesan menu yang di inginkan.”<sup>48</sup>

- b) Diferensiasi Kualitas Pelayanan. Kreativitas yang tinggi mengharmonisasikan unsur-unsur marketing mix: *Product, Place, Price, Promotion, People, Process, Physical Evidence* sehingga kualitas jasa yang dirasakan oleh konsumen melebihi harapan.

“Di Dira *Cafe* menyediakan daftar menu makanan dan harganya, jadi saat konsumen atau pengunjung datang dapat memilih sendiri sesuai dengan keinginannya. Sebagai karyawan saya harus melakukan tugas dengan sebaik mungkin. Supaya konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan. Kalau untuk proses makanannya di Dira *Cafe* ini langsung diproses setelah pengunjung memesan menu tersebut. Menurut saya sebagai karyawan harga yang ada di Dira *Cafe* ini terjangkau jika dibandingkan dengan café lainnya yang ada di kencong.”<sup>49</sup>

<sup>48</sup>Bapak Tommy Nurdansyah, *Wawancara*, 30 Januari 2022

<sup>49</sup>Xirendy Setya Hafizh Karyawan Dira *Cafe*, *Wawancara*, 13 Desember 2022

Setelah itu melakukan wawancara dengan karyawan yang lain di Dira Cafe mengenai kualitas pelayanan konsumen dan arti dari kepuasan pelanggan.<sup>50</sup>

“Pelayanan yang pasti ramah, murah, dan cepat. Makanan yang disajikan juga pastinya lezat. Karena pembeli bagi Dira Cafe adalah raja. Dengan puasnya pembeli di Dira semangat karyawan akan lebih bertambah dan akan selalu memberi kepuasan buat pembeli dalam hal apapun buat lebih baik lagi. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan menghadirkan kepuasan pembeli yang mana kepuasan tersebut menjadi tolak ukur kesuksesan kegiatan usaha di Dira Cafe ini.”

- c) Diferensiasi Citra. Perusahaan dapat mengekspresikan citra dengan melalui lambang, media tertulis dan audio visual serta suasana. Citra adalah cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produknya. Dira Cafe terkenal dengan menjual makanan yang murah dan enak dari segi kualitas rasa. Harga yang terjangkau dan Dira Cafe tempatnya bisa untuk dipakai segala acara mulai dari *wedding*, perpisahan, reuni dan lain-lain.

Saat melakukan wawancara dengan pengunjung Dira Cafe mengenai Produk, kualitas layanan dan produk.<sup>51</sup>

“Menurut saya harga di Dira Cafe ini terjangkau, karena harganya ramah di kantong untuk semua kalangan. Menu yang dihidangkan juga lezat tidak diragukan lagi kalau soal rasa. Saya selama membeli di Dira Cafe selalu merasa puas, selain menu makanan dan minuman yang dihidangkan memuaskan untuk karyawan juga melakukan pelayanan dengan baik. Selain hal itu suasana Dira Cafe juga cocok untuk tempat berkumpul keluarga.”

<sup>50</sup>Evan Fathoni Karyawan Dira Cafe, Wawancara, 06 Desember 2022

<sup>51</sup>Nurhafifatul Qomariyah, Wawancara, 06 Desember 2022

Setelah itu melakukan wawancara ke pengunjung yang lain.<sup>52</sup>

“Di Dira *Cafe* ini selain menunya yang berkualitas, pelayanan tempatnya juga estetik. Selain itu Dira juga menyediakan wifi jadi cocok untuk kalangan milenial saat ini.”

Perbedaan persepsi atau pemikiran masyarakat terhadap sebuah perusahaan atau disebut citra dapat dijadikan sebagai strategi diferensiasi. Seperti halnya diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan citra dapat dijadikan strategi yang cukup jitu untuk menarik perhatian pasar sasaran.

Gambaran dari keputusan pembelian dapat dijelaskan melalui pilihan produk, kualitas pelayanan dan citra. Seluruh responden menyatakan bahwa keputusan pembelian di Dira *Cafe* ini tinggi. Penerapan strategi diferensiasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian.

## **2. Implikasi Strategi Bisnis Kuliner Yang Dilakukan Dira *Cafe***

### **Kencong Jember**

Salah satu usaha yang mengalami perkembangan cukup pesat yaitu jenis usaha kuliner makanan dan minuman sebab berpotensi besar untuk terus tumbuh. Usaha kuliner ini mampu bertahan dalam keadaan apapun termasuk pada saat pandemi covid 19 saat ini. Usaha kuliner memiliki potensi sebab adanya kecenderungan pola konsumsi masyarakat yang mengarah pada konsumsi produk pangan olahan *ready to eat*. Terobosan inovasi makanan dan minuman sangat

<sup>52</sup>Nurkholifatun Nafisa, *Wawancara*, 06 Desember 2022

dibutuhkan untuk membedakan ciri khas produk yang dihasilkan perusahaan.

Saat peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Lukman mengenai pengaruh setelah adanya menu baru yang dijual.<sup>53</sup>

“Pengaruh penjualan pada menu baru sangat membantu sekali bagi kami, sejauh ini kalau ada menu baru kami mengalami kenaikan pendapatan meskipun dengan keadaan pandemi saat ini. Selain pendapatan kami meningkat, banyak pengunjung dari luar kota berbondong-bondong datang ke Dira ingin melihat seperti apa inovasi dan spot baru yang ada di Dira.”

Untuk dapat bertahan lama dan berkelanjutan, perusahaan harus menciptakan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif memerlukan keterpaduan pemikiran dan sistem strategi untuk mencapainya. Keunggulan kompetitif akan tercapai jika perusahaan dapat menawarkan produk atau pelayanan yang unik dan bernilai di pasar.

Saat melakukan wawancara dengan salah satu karyawan Dira *Cafe* mengenai hal apa yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan dan pelayanan yang baik untuk konsumen.<sup>54</sup>

“Harus konsisten menjaga kualitas produk supaya tidak mengecewakan konsumen, memberikan layanan yang baik dengan cara menjalin komunikasi yang ramah dan sopan kepada konsumen, konsumen adalah raja jadi harus diperlakukan dengan baik. Dengan perlakuan yang baik itu supaya nantinya konsumen dapat datang kembali ke Dira *Cafe*. Untuk menu yang best seller di sini kalau untuk makanannya lalapan Dira dan Dira French Chicken dan untuk minumannya Mojito dan milkshake”

<sup>53</sup>Bapak Lukman Manager Dira *Cafe*, *Wawancara*, 13 Desember 2022

<sup>54</sup>Mohammad Ricky Karyawan Dira, *Wawancara*, 13 Desember 2022

Setelah itu melakukan wawancara dengan salah satu konsumen yang berkunjung di Dira *Cafe* Kencong mengenai yang dirasakan konsumen ketika mendapat pelayanan yang baik dan kualitas produk serta harga yang sesuai.<sup>55</sup>

“Saya merasa puas ketika mendapat pelayanan yang baik dan produk makanan dan minuman yang memuaskan. Meskipun terkadang agak lama pesanan saya datang tapi hal itu dikarenakan ramai sekali pengunjung apalagi di malam minggu. Karena ketika malam minggu Dira *Cafe* menyediakan live music. Tapi ketika Dira *Cafe* tidak begitu ramai pesanan cepat prosesnya. Jadi saya tidak sampai menunggu lama. Yang membuat saya tertarik dan sering datang ke Dira karena makanan di Dira memuaskan, harganya ramah dikantong, bisa buat nongkrong bareng teman-teman dan tempatnya yang estetik jadi bisa buat spot foto terbaru.”

Untuk mencapai penawaran yang memiliki keunikan dibandingkan penawaran pesaing, perusahaan perlu untuk menerapkan strategi diferensiasi. Diferensiasi melibatkan penciptaan produk dan layanan yang dapat dirasakan bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang unik. Dengan strategi diferensiasi, perusahaan memiliki identitas atau ciri khas atas produk atau jasa yang dihasilkan.

Di Wilayah Kabupaten Jember, bisnis kuliner/jasa boga merupakan bisnis yang berkembang pesat. Salah satu bisnis kuliner di Jember adalah Dira *Cafe* Kencong. Dira *Cafe* ini merupakan bisnis dalam bidang kuliner yang memproduksi berbagai olahan makanan dan minuman. Meskipun dalam kondisi pandemi covid 19 saat ini, Dira *Cafe* mampu bertahan dan berkembang dengan kondisi yang baik, hal itu dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang dimiliki. Dira *Cafe*

<sup>55</sup>Rangga Apriyono, *Wawancara*, 13 Desember 2022

tentunya memiliki strategi dalam menjalankan usahanya sehingga usaha tetap berlangsung dan bahkan dapat berkembang melihat kondisi yang ada saat ini dan persaingan bisnis kuliner yang semakin mengalami pertumbuhan.

Perusahaan pada bidang kuliner yang memproduksi makanan dan minuman dapat memiliki keunggulan bersaing dengan menciptakan berbagai macam produk atau penawaran yang memiliki keunikan/perbedaan dibandingkan dengan pesaing, termasuk dalam hal pelayanannya. Strategi diferensiasi menjadikan perusahaan memiliki keunikan yang dapat diingat oleh konsumen dan dikenal oleh masyarakat luas pada sudut pandang konsumen yang dianggap penting. Strategi diferensiasi sangat perlu diimplementasikan pada suatu perusahaan.

Proses analisis dan pemilihan strategi merupakan salah satu kegiatan utama manajemen. Salah satu hal penting yang perlu

dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tidak meninggalkan perusahaan dan beralih ke perusahaan lain. Dengan kekuatan bisnis saat ini, diharapkan *Dira Cafe* dapat memanfaatkan segala kekuatan dan peluang yang ada untuk bertahan dan meningkatkan volume penjualan.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup>Bapak Lukman Manager *Dira Cafe*, Wawancara, 30 Januari 2022

### C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik observasi, pemeliharaan dan dokumentasi di lapangan yang berjudul Strategi Bisnis Kuliner Selama Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong Jember, bab ini merupakan pemikiran peneliti, hubungan antara kategori dan dimensi, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan yang terungkap dari lapangan.<sup>57</sup>

#### 1. Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada berbagai narasumber, maka peneliti dapat mendeskripsikan bahwa Strategi bisnis yang dilaksanaka Dira Cafe pada masa pandemi pandemi Dira Cafe menggunakan Strategi Diferensiasi.<sup>58</sup>

Strategi Diferensiasi merupakan salah satu strategi yang digunakan Dira Cafe Kencong . Jadi dapat diartikan bahwa Strategi Diferensiasi merupakan upaya perusahaan dalam melakukan pembedaan penawaran pada pasar dan hal ini bertujuan untuk meraih nilai pelanggan yang lebih unggul.

Esensi dari *strategi* diferensiasi adalah perusahaan dapat memberikan pembedaan yang lebih unik dari perusahaan pesaing, sehingga dengan perbedaan itu perusahaan memiliki nilai yang lebih tinggi dan dapat dirasakan oleh konsumen.

<sup>57</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 77

<sup>58</sup>Observasi di Dira Cafe Kencong , 5 Februari 2022

Strategi Diferensiasi memiliki ciri perusahaan menentukan keputusan untuk membangun persepsi pasar potensial terhadap penawaran produk/jasa yang lebih unggul dan terlihat berbeda dengan penawaran produk pesaing yang lain. Strategi ini merupakan strategi yang lebih fokus kepada pelanggan ketimbang pada biaya. Konsep dasar diferensiasi mencakup layanan pelanggan yang istimewa, ciri produk yang khas, produk yang lengkap, kehandalan dan kualitas produk. Selain itu, untuk dapat menjadi sukses strategi diferensiasi harus menciptakan persepsi nilai di mata pelanggan.

## **2. Implikasi Strategi Bisnis Kuliner Yang Dilakukan Dira Cafe Kencong Jember**

Supaya dapat bertahan perusahaan harus menciptakan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif membutuhkan pemikiran terintegrasi dan sistem *strategis* untuk mencapainya. Keunggulan kompetitif dicapai jika perusahaan dapat menawarkan produk atau jasa yang unik dan berharga di pasar.

Usaha kuliner yang memproduksi makanan dan minuman dapat memperoleh keunggulan bersaing dengan menciptakan variasi produk atau penawaran yang unik/berbeda dengan usaha kuliner yang lain, termasuk dalam hal pelayanan. Strategi diferensiasi menjadikan perusahaan unik yang dapat diingat oleh konsumen dan dikenal oleh masyarakat luas dari sudut pandang konsumen yang dianggap penting. Strategi diferensiasi sangat perlu diterapkan dalam suatu perusahaan.

Proses analisis dan pemilihan strategi merupakan salah satu kegiatan utama manajemen. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap bisnis adalah mempertahankan pelanggan yang sudah ada agar tidak meninggalkan bisnis tersebut dan pindah ke bisnis lain. Dengan kekuatan bisnis yang dimiliki saat ini, diharapkan *Dira Cafe* mampu memanfaatkan segala kekuatan dan peluang yang ada untuk bertahan dan meningkatkan volume penjualan.<sup>59</sup>



---

<sup>59</sup>Observasi di *Dira Cafe* Kencong , 5 Februari 2022

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dengan hasil penelitian di lapangan, mengenai strategi yang digunakan Dira *Cafe* Kencong dan implikasi strategi yang digunakan Dira *Cafe*, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Diferensiasi merupakan strategi yang digunakan Dira *Cafe* Kencong. Strategi Diferensiasi merupakan upaya perusahaan dalam melakukan pembedaan penawaran pada pasar dan hal ini bertujuan untuk meraih nilai pelanggan yang lebih unggul. Keberhasilan strategi akan dibedakan dalam banyak cara seperti menaikkan penampilannya, kualitas, pelayanan dan keyakinan pada produk.
2. Implikasi Strategi diferensiasi menjadikan perusahaan memiliki keunikan yang dapat diingat oleh konsumen dan dikenal oleh masyarakat luas pada sudut pandang konsumen yang dianggap penting. Strategi diferensiasi sangat perlu diimplementasikan pada suatu perusahaan. Dengan kekuatan perusahaan saat ini, diharapkan Dira *Cafe* dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk bertahan dan meningkatkan volume penjualannya.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang disampaikan penulis, maka penulis menyampaikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini :

1. Dengan memahami pentingnya strategi Diferensiasi, diharapkan perusahaan dapat menciptakan perbedaan dengan pesaingnya.

2. Untuk perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan penerapan strategi diferensiasi yang sudah terbentuk demi meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, Achmad. 2021. "Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19." *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol.1 No. 8.
- Ali, Mohammad Haidar. 2020. "Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM." *Eco-Entrepreneurship* Vol. 6 No. 1.
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan. 2005. Bandung : Cv Diponegoro
- Dr. Taufiqurokhman, S.Sos., M.Si.2016. *Manajemen Strategik* .Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama.
- Fahmi, Lubis Andi. 2017. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: KKPU.
- Feti Fatimah, Wenny Murtaling Tyas. 2020 "Strategi Bersaing UMKM Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal Penelitian IPTEKS* VI. 5 No. 2.
- Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- John A. Pearce II, Richard B. Robinson, Jr. 2013. *Manajemen Strategis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Mamik. 2015. *Metodologi Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama.
- Markarto Lucky Nara Rosmadi. 2021. "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*.
- Mochamad Ammar Faruq. 2014. "Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Bahtiar Abdillah. 2017. "Analisis Strategi Bisnis Pada UMKM Kerajinan Bambu Di Kota Bandung." *Jurnal AdBispreneur* .
- Muksin, Herlina. 2021. "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Di Seputaran Gomong Mataram)." Universitas Muhammadiyah Mataram.

- Nasution, Farida Hanum. 2016. "Peran Administrasi Perkantoran Dalam Dunia Bisnis." *Jurnal Warta Edisi*:49.
- Norvadewi. 2015. "Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.1
- Pasu Malau, Lenny Mutiara Ambirata, Nelly Azwari, Sinaga. 2020 "Sosialisasi Strategi Persaingan Bisnis Online Di Era Pandemi Covid-19 Di Fakultas Hukum Universitas Simalungu"
- Petri, Mia Muliyani. 2020. "Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19." Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Praditia Ajif. 2013. "Pola Jaringan Sosial Pada Industri Kecil Rambut Palsu Di Desa Karangbanjar Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga." Universitas Negeri Yogyakarta
- Purwadisasta, Dikdik. 2021. "Strategi Ritel Konvensional Modern Dalam Menghadapi Persaingan Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 8 No.1.*
- Rakhmanita, Ani. 2021 "Usaha Kuliner Berskala Mikro dan Kecil Di Desa Gunung Sundur Kabupaten Bogor: Kondisi Pasca Covid-19" *Jurnal Ekonomi & Manajemen Vol. 19 No. 1.*
- Rusham. 2016. "Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bekasi" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan.*
- Salsabila Priska, Yudan Hermawan. 2022. "Strategi Bertahan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid 19." Universitas Negeri Yogyakarta
- Sancoko, Aldo Hardi. 2015. "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot TIME TO EAT Surabaya." *AGARO. 1*
- Siagian,Ade Onny. 2021. "Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif." *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis Vol. 3 No. 1.*
- Tim Penyusun. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember.
- Wijaya, dkk.2020. *Analisis Data Kualitatif*. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

**MATRIK PENELITIAN**

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong Jember	Strategi Bisnis Kuliner	1. Konsep Startegi  2. Bisnis  3. Strategi Bisnis	1. Pengertian konsep strategi  1. Pengertian bisnis 2. Bisnis dalam islam  1. Strategi Kepemimpinan Biaya 2. Strategi Diferensiasi 3. Strategi Fokus	<b>1. Informan</b> a. Manager HRD Dira Kencong b. Manager Dira Cafe Kencong c. Karyawan Dira Cafe Pengunjung atau konsumen Dira Cafe  <b>2. Referensi</b> a. Buku-buku b. E-book c. Dokumen Terkait d. Internet	<b>1. Pendekatan Penelitian:</b> Pendekatan kualitatif <b>2. Jenis penelitian:</b> Penelitian deskriptif kualitatif <b>3. Teknik pengumpulan data:</b> a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi <b>4. Analisis data</b> a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Penarikan kesimpulan	1. Bagaimana strategi bisnis kuliner pada masa pandemi covid 19 di DiraCafeKencong ? 2. Bagaimana implikasi strategi bisnis kuliner yang dilakukan di Dira Cafe Kencongje mber ?

**SURAT KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Frida Wafiyah Lubabah

NIM : E20182223

Jurusan : Ekonomi Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Lembaga : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "*Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong Jember*" adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 15 Desember 2022

Saya yang menyatakan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Frida Wafiyah Lubabah  
NIM.E20182223



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
 Fax (0331) 427005 e-mail: [uinkhas@gmail.com](mailto:uinkhas@gmail.com) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B- /UIN.20/7.a/PP.00.9/01/2022 11 Januari 2022  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : -  
 Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Manager HRD Dira Kencong  
 Jl. Krakatau No. 93 Pd. Waluh, Kencong Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Frida Wafiyah Lubabah  
 NIM : E20182223  
 Semester : VII (Tujuh)  
 Jurusan : Ekonomi Islam  
 Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

  
 Dr. Nurul Widyawati IR, M.Si

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**J E M B E R**

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tommy Nurdansyah, S.H.

Jabatan : Manager HRD Dira Shopping Centre and Waterpark Kencong Jember

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Frida Wafiyah Lubabah
NIK	: 3509054402000002
Tempat Tanggal Lahir	: Jember, 04 Februari 2000
Jenis kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Status perkawinan	: Belum kawin
Pekerjaan	: Pelajar/Mahasiswa
NIM	: E20182223
Prodi	: Ekonomi Syariah
Alamat	: Rt/Rw 002/004 Dusun Gununglincing, Desa Gunungsari Kec. Umbulsari Kabupaten Jember.

Menerangkan bahwa orang tersebut diatas telah melakukan penelitian di Dira Shopping Centre And Waterpark dibagian Dira Cafe Kencong mulai tanggal 30 Januari – 30 April 2022. Dengan judul Skripsi : Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong Jember. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 Juni 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Manager HRD Dira

Tommy Nurdansyah, S.H.

## PEDOMAN WAWANCARA

### A. Identitas Informan

Nama : Frida Wafiyah Lubabah

Umur : 22 Tahun

Jenis kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

### B. Pertanyaan

#### 1. Fokus : Bagaimana Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 D Dira *Cafe* Kencong ?

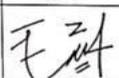
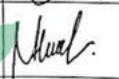
- a. Bagaimana upaya perusahaan dalam mempertahankan bisnisnya di masa pandemi saat ini ?
- b. Aktifitas apa yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan ?
- c. Apa yang menjadi indikator bahwa strategi yang digunakan di *dira cafe* bisa efektif ?

#### 2. Fokus : Bagaimana Implikasi Strategi Bisnis Kuliner Yang Dilakukan Di Dira *Cafe* Kencong ?

- a. Apa pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra yang baik bagi Dira *Cafe* ?
- b. Bagaimana pengaruh penjualan setelah adanya menu baru yang dijual mengalami kenaikan atau sebaliknya ?
- c. Hasil apa yang diperoleh setelah membuat inovasi baru dan suasana baru di Dira *Cafe* ?

### Jurnal Wawancara Penelitian

Nama : Frida Wafiyah Lubabah  
 NIM : E20182223  
 Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Judul Skripsi : Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Cafe Kencong Jember

No	Tanggal	Nama	Uraian Krgiatan	Paraf
1	30 Januari 2022	Bapak Tommy Nurdansyah HRD Dira Kencong	Melakukan wawancara dan observasi dengan Bapak Tommy Nurdansyah selaku HRD Dira kencong	
2	30 Januari 2022	Bapak Lukman Wisnu Brata Manager Dira Cafe Kencong	Melakukan wawancara dan observasi dengan Bapak Lukman selaku Manager Dira Café	
3	24 April 2022	Bapak Lukman Wisnu Brata Manager Dira Cafe Kencong	Melakukan wawancara mengenai strategi bisnis	
4	06 Desember 2022	Evan Fathoni Karyawan Dira Cafe	Wawancara dengan karyawan	
5	06 Desember 2022	Nurhafifatul Qomariyah	Wawancara dengan pengunjung Dira Café	
6	06 Desember 2022	Nurkholitafun Nafisa	Wawancara dengan pengunjung Dira Café	
7	13 Desember 2022	Mohammad Ricky	Wawancara dengan karyawan	
8	13 Desember 2022	Xirendy Setya Hafizh	Wawancara dengan karyawan Dira Cafe	
9	13 Desember 2022	Rangga Apriyono	Wawancara dengan pengunjung Dira	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

**DOKUMENTASI**



Wawancara Kepada Manager HRD Dira Kencong



Suasana Dira Cafe



Wawancara Kepada Manager Dira Cafe

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E R B E R



Wawancara kepada karyawan Dira Cafe



Wawancara kepada pengunjung atau konsumen Dira *Cafe*





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Frida Wafiyah Lubabah

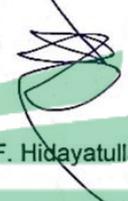
NIM : E20182223

Semester : 9 (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 15 Desember 2022

Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

  
Dr. M.F. Hidayatullah. S.H.I., M.S.I

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
 Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-27.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/12/2022

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Frida Wafiyah Lubabah  
 NIM : E20182223  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Judul : Strategi Bisnis Kuliner Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Dira Kencong Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 16 Desember 2022

An. Dekan  
 Kepala Bagian Akademik  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Muliyadi

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**J E M B E R**

**BIODATA PENULIS****1. IDENTITAS DIRI**

Nama : Frida Wafiyah Lubabah  
 Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 04 Februari 2000  
 Jenis kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Alamat : RT/RW 002/004 Dusun Gununglincing,  
 Desa Gunungsari, Kecamatan Umbulsari  
 Kab. Jember  
 No. HP : 082257197612  
 Email : fridalubabah@gmail.com

**2. RIWAYAT PENDIDIKAN**

TK : TK Dewi Masyitoh 49  
 MI : MI Nurul Huda Banjarsari Gunungsari  
 MTs : MTs Negeri 9 Jember  
 MA : MAN 2 Jember  
 Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember

**3. PENGALAMAN ORGANISASI**

- Anggota PKPT IAIN JEMBER (2019-2022)