

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Fabeil, *et al.* (2020) menyimpulkan Covid-19 berdampak pada pendapatan pelaku UMKM yang menurun dikarenakan adanya penutupan usaha dalam sektor ritel dan transportasi. Untuk dapat bertahan ditengah krisis, banyak dari pelaku usaha mikro yang akhirnya membuka usaha dari rumah, menjadi *private runner* sendiri, melakukan pemasaran digital dan penetrasi segmen pasar baru dengan menjual produk yang sedang berkembang di masa pandemi. Dari hasil penelitian penurunan pendapatan puncaknya mencapai 90% dimana pada kondisi tersebut pemilik usaha melakukan penutupan penuh pada usahanya, tidak ada karyawan dan gangguan relasi usaha. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian tersebut yang menyatakan bahwa kehadiran Covid-19 berdampak pada pendapatan pelaku UMKM.

Penelitian lain dengan oleh Shafi *et al.*, (2020) menyatakan bahwa Covid-19 dan kebijakan *lockdown*, sangat berdampak besar terhadap UMKM. Covid-19 berdampak pada penurunan pendapatan sebesar 41,85%, penurunan penjualan sebesar 38,04%, dan gangguan pada rantai penawaran sebesar 47,83%. Hal tersebut membuat pelaku UMKM harus memberhentikan karyawannya, mencari pinjaman untuk mempertahankan usaha mereka dan banyak dari mereka yang memilih untuk menutup usaha mereka. Penelitian ini menggunakan metode eksplorasi dengan pengambilan data melalui menyebarkan kuisisioner secara *online*. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian tersebut bahwa pemberlakuan *lockdown* yang disebabkan oleh Covid-19 sangat berdampak besar pada pendapatan serta penjualan pelaku UMKM.

Penelitian oleh Cepel, *et al.* (2020) menunjukkan bahwa Covid-19 berpengaruh negatif pada UMKM. Covid-19 berdampak besar pada keuangan

pelaku UMKM dikarenakan produksi dan penjualan yang menurun, gangguan rantai pasokan, serta berhentinya kegiatan usaha dikarenakan permintaan pasar yang rendah. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan riset terhadap 1052 pelaku usaha mikro di Republik Ceko dan Slowakia. Hasilnya pada evaluasi risiko bisnis yang paling penting terdapat 3 risiko bisnis yang paling penting yaitu risiko pasar, risiko keuangan dan risiko personel. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa Covid-19 menyebabkan penurunan bisnis seperti penurunan penjualan dan produksi.

Penelitian oleh Amri (2020), menyimpulkan bahwa penurunan pada sektor pariwisata berdampak pada pelaku UMKM sektor makanan dan minuman sebesar 27%. Kondisi UMKM dimasa pandemi terus mengalami penurunan kapasitas produksi hingga mengalami penurunan pendapatan. Salah satu yang menjadi penyangga untuk mempertahankan UMKM adalah dengan digitalisasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa orang-orang dimasa pandemi lebih menyukai belanja *online* dikarenakan dapat menghemat biaya seperti biaya transportasi, dapat menghemat waktu, mendapatkan diskon, dan dapat menghemat tenaga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan cara pengumpulan data melalui artikel-artikel lalu disimpulkan. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian tersebut bahwa Covid-19 menyebabkan penurunan pendapatan pelaku UMKM.

Penelitian yang sejalan dengan penelitian diatas dilakukan oleh Sugiri (2020) yang menyimpulkan bahwa Covid-19 menyebabkan penurunan penjualan sebesar 56%, permodalan yang sulit sebesar 22%, hambatan pada distribusi produk 15%, dan kesulitan bahan baku sebesar 4%. Agar UMKM dapat pulih kembali memerlukan teknologi digital dalam proses bisnis UMKM, mengembangkan model bisnis UMKM menjadi modern dan mendorong pemerintah untuk berkolaborasi dengan koperasi dalam memperdayakan UMKM. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Covid-19 berdampak pada penjualan usaha. Dan setuju pada solusi untuk mengembangkan model bisnis yang modern.

Penelitian lain oleh Ezizwita & Sukma, (2021) menyimpulkan bahwa salah satu sektor perekonomian yang paling terdampak adalah sektor kuliner. Banyak pebisnis kuliner yang bangkrut dan terpaksa harus menutup usahanya. Melalui analisis SWOT, pandemi ini memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk membuka segmen pasar baru, sedangkan yang menjadi kelemahan adalah mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Tetapi pandemi ini juga dapat memberi kekuatan bagi pelaku UMKM dengan memperbaiki pengolahan dan pengemasan yang lebih higienis. Penelitian ini menyatakan strategi diversifikasi produk atau jasa dapat menjadi solusi bertahan bagi pebisnis kuliner dimasa pandemi. Untuk mencegah penularan, dapat dilakukan dengan menerapkan penjualan *online* atau *take away* serta memanfaatkan transaksi non tunai. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian tersebut bahwa penularan Covid-19 dapat dicegah dengan cara memanfaatkan transaksi nontunai.

Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian diatas dilakukan oleh Suryani (2021) menyimpulkan bahwa UMKM menghadapi banyak kesulitan selama pandemi seperti, penurunan penjualan dan penurunan aktivitas masyarakat sebagai konsumen, kesulitan dalam permodalan, adanya hambatan pada distribusi produk dan ketergantungan pada UMKM sektor lain. Dari studi kasus *home* industri klepon, disimpulkan bahwa agar usaha dapat bertahan harus dilakukan inovasi baru terhadap produk agar tidak kalah bersaing dengan jajanan modern. Dari segi pemasaran, dapat dilakukan pemasaran *online* dengan memanfaatkan platform *online GrabFood* atau *GoFood*. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian tersebut yang menyatakan bahwa pemasaran dapat dilakukan dengan memanfaatkan *platform online* seperti *GrabFood* dan *Gofood*.

Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian diatas oleh Mahmuddin (2020) menyimpulkan pemberlakuan PSBB dimasa pandemi memberikan dampak berkurangnya pembeli secara drastis, pendapatan pelaku usaha menurun serta penutupan usaha. Karena penjualan yang menurun, maka penjual mengurangi ketersediaan makanan yang dijual demi menghindari kerugian yang besar. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah dengan bergabung sebagai *partner Grab-Food*. Dari hasil penelitian menunjukkan pelaku usaha mikro yang tergabung

sebagai *partner Grab-Food* mengalami kenaikan pemesanan makanan dan minuman meski hanya 10% saja. Setidaknya hal tersebut dapat menutupi pendapatan yang menurun pada saat penjualan *offline*. Peneliti saat ini setuju dengan hasil penelitian tersebut bahwa pemberlakuan PSBB berdampak pada pengurangan aktivitas masyarakat sehingga dapat mengganggu aktivitas penjualan pelaku UMKM.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

2.2.1.1. Definisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Definisi tentang usaha mikro, kecil dan menengah banyak dikemukakan oleh beberapa lembaga atau instansi bahkan Undang-undang. Undang-undang terbaru yang dikeluarkan pemerintah tentang usaha mikro, kecil dan menengah adalah UU No. 20 Tahun 2008. Menurut UU No.20 tahun 2008 Pasal 1 disebutkan bahwa :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2.2.1.2. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 disebutkan bahwa:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.2.1.3. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pasal 3 menyatakan bahwa usaha mikro dan kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Berarti UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, penciptaan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja. Menurut Sarfiah, *et al.* (2019) peran UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi:

1. UMKM berperan sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi.
2. UMKM berperan sebagai penyerapan lapangan kerja terbesar,
3. UMKM berperan sebagai pemeran penting untuk mengembangkan perekonomian lokal serta berperan sebagai pemberdayaan masyarakat.
4. UMKM berperan dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia, sumber inovasi dan pencipta pasar baru.
5. UMKM berperan sebagai pilar perekonomian bangsa dan berkontribusi terhadap neraca pembayaran.

2.2.1.4. Klasifikasi UMKM

UMKM di Indonesia dapat di golongkan dalam 4 kriteria, yaitu:

1. Kegiatan mata pencarian, yaitu UMKM dijadikan sebagai peluang untuk mencari nafkah sektor informal yang biasa dikenal sebagai pedagang kaki lima.
2. Usaha mikro, yaitu UMKM memiliki sifat pengrajin namun belum memiliki jiwa kewirausahaan.
3. Perusahaan kecil yang dinamis, yaitu UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menjalankan usaha subkontrak dan melakukan kegiatan ekspor.

4. Usaha yang bergerak cepat, yaitu UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan dan memiliki peluang untuk menjadi usaha besar (Wijoyo *et al.*, 2020:144-145).

2.2.1.5. Ciri-ciri UMKM

UMKM tentunya memiliki ciri-ciri yang berbeda dari usaha besar. Berikut ini merupakan ciri-ciri dari UMKM:

1. Jenis barang yang dijual tidak tetap, artinya sewaktu-waktu dapat berubah.
2. Tingkat SDM cenderung rendah. Dan jiwa kewirausahaan SDM belum mumpuni.
3. UMKM biasanya belum menerapkan administrasi, kerap menggabungkan uang usaha dengan uang milik pribadi.
4. Biasanya belum memiliki surat izin usaha, legalitas ataupun NPWP.
5. Tempat untuk menjalankan usahanya bisa berpindah-pindah (Wijoyo *et al.*, 2020:145-146).

2.2.2. UMKM Kuliner

2.2.2.1. Usaha Sektor Kuliner

Kuliner merupakan sebuah hasil olahan berupa makanan dan minuman. Kata kuliner berasal dari unsur serapan bahasa Inggris yaitu *culinary* yang artinya berhubungan dengan kegiatan masak memasak. Kuliner merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kuliner saat ini merupakan bagian dari industri kreatif yang sudah memiliki pasar yang luas di Indonesia. Kuliner sendiri terkadang dijadikan sebuah alat untuk mengukur status sosial seseorang. Selain itu kuliner dapat bercerita mengenai sejarah peradapan sebuah tempat yang dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Kuliner khas daerah juga

dapat menjadi sebuah identitas sebuah kota, suku ataupun bangsa (Sari, 2018).

Usaha kuliner adalah kegiatan perdagangan makanan dan minuman yang dilakukan perorangan atau sekelompok orang dengan perencanaan yang terorganisir agar bisa mendapatkan laba dengan cara memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Untuk memulai usaha dalam sektor kuliner tidak diperlukan biaya atau modal yang besar. Oleh karena ini usaha kuliner ini menjadi peluang bagi banyak pelaku UMKM. Usaha kuliner terus mengalami perkembangan dikarenakan dalam usaha kuliner selalu ada ide dan inovasi terbaru. Ide-ide dan inovasi dalam usaha kuliner ini biasanya disebut sebagai tren kuliner. Keberadaan tren kuliner ini dapat menjadi daya tarik bagi banyak masyarakat luas untuk mencoba menu-menu dengan resep dan inovasi yang baru (Hidayatullah *et al.*, 2018)

2.2.2.2. Jenis Usaha Kuliner

Ada beberapa jenis-jenis usaha kuliner yaitu:

1. Usaha Tempat Makan

Usaha tempat makan merupakan sebuah usaha yang menyediakan sebuah bangunan untuk menjual produknya dan dapat menerima pesanan untuk makan ditempat. Usaha tempat makan dalam skala UMKM dengan modal dibawah 250 juta dapat dibagi menjadi 3 bagian:

1. Usaha Restoran

Usaha restoran biasanya memerlukan biaya sekitar 50-100 juta. Yang membedakan usaha restoran dengan usaha tempat makan dengan skala yang lebih kecil adalah usaha restoran memiliki tempat yang luas, lokasi yang ramai dan strategis, serta konsep dan keberagaman menu yang disesuaikan dengan konsep restoran.

2. Usaha Warung Makan

Usaha warung makan merupakan skala yang lebih kecil dari skala restoran terutama pada sisi penggunaan modal. Usaha warung makan biasanya menyajikan makanan-makanan sederhana dengan konsep yang sederhana. Biasanya warung makan bisa berlokasi dimana saja. Untuk harga dan keragaman menu biasanya disesuaikan dengan kebutuhan lingkungan disekitar lokasi usaha.

3. Usaha Gerobakan/ Kaki Lima

Usaha gerobakan ini merupakan usaha yang bermodalkan sebuah gerobak untuk menjual makanan dan minuman. Tentunya untuk memulai usaha ini tidak memerlukan modal yang besar seperti warung makan dan restoran. Untuk usaha gerobak ini hanya menjual beberapa menu atau bahkan hanya satu menu saja dikarenakan keterbatasan pada kapasitas gerobak (Ayodya, 2016:4-5).

2. Usaha Rumahan

Usaha rumahan merupakan usaha yang dijalankan oleh pemilik usaha yang mana berlokasikan dirumah sendiri. Dalam hal ini pemilik usaha tidak perlu menyewa sebuah tempat untuk dijadikan sebagai lokasi usaha. Dalam usaha rumahan artinya dari proses produksi sampai pemasaran dilakukan dari dalam rumah. Usaha rumahan tidak menerima pemesanan untuk makan ditempat. Usaha rumahan biasanya akan memanfaatkan media sosial dan *platform online* untuk menjalankan usahanya seperti *GoFood* dan *GrabFood*. Jenis usaha rumahan:

1. Katering

Menurut Purwati Tj *et al.*, (1994) katering merupakan sebuah usaha di bidang jasa dalam hal menyediakan /

melayani permintaan makanan, untuk berbagai macam keperluan. Usaha catering merupakan usaha rumahan yang sangat mudah dilakukan oleh siapa saja yang memiliki keahlian dalam memasak. Usaha catering ini tidak memerlukan modal yang besar. Usaha catering memanfaatkan media sosial *online* seperti *instagram* atau *facebook* untuk memasarkan makanannya. Catering ini biasanya dipesan dalam kuantiti yang banyak untuk acara pernikahan, ulang tahun ataupun arisan.

2. Frozen Food

Usaha *frozen food* merupakan usaha menjual makanan-makanan olahan daging yang disajikan dalam keadaan beku. Menurut data Kementerian Pertanian tahun 2015, konsumsi masyarakat terhadap *frozen food* mengalami perkembangan yang pesat. Tingginya *permintaan frozen food* membuat usaha ini banyak digemari oleh pelaku usaha rumahan. Dengan penjualan yang cukup mudah hanya perlu menyediakan kulkas atau freezer, usaha ini dapat dilakukan dari dalam rumah (Santoso, *et al.* 2018)

2.2.2.3. Kelebihan Dan Kelemahan Usaha Kuliner

Dalam dunia usaha tentunya setiap usaha memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Berikut ini adalah kelebihan dan kelemahan pada usaha kuliner:

1. Kelebihan Usaha Kuliner
 - a. Ada begitu banyak pilihan kuliner yang dapat dipilih untuk memulai usaha.
 - b. Tidak memerlukan modal yang besar.
 - c. Dapat melakukan inovasi produk dengan mudah dengan mengikuti tren makanan yang ada.

d. Makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok manusia.

2. Kekurangan Usaha Kuliner

- a. Makanan dan minuman memiliki masa kadaluarsa yang singkat. Sehingga seringkali makanan dan minuman yang tidak habis dijual dalam satu hari akan terbuang dikarenakan bila dijual keesokan hari akan mengurangi rasa dan kesegaran pada makanan dan minuman tersebut.
- b. Harga bahan baku yang berubah-ubah kadang kali membuat pelaku usaha kuliner kebingungan dalam menentukan keuntungan.
- c. Tidak semua orang memiliki selera rasa yang sesuai dengan produk yang kita jual (Hidayatullah *et al.*, 2018).

2.2.3. COVID-19

2.2.3.1. Definisi Covid-19

Covid-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-COV-2)*. *World Health Organization (WHO)* atau Badan Kesehatan Dunia secara resmi mendeklarasikan virus corona (Covid-19) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020. Covid-19 dapat menyebabkan gejala yang ringan ataupun sedang yang diikuti dengan gejala demam dan batuk yang kemudian bisa sembuh dalam waktu beberapa minggu. Tetapi virus ini dapat membawa gejala yang serius pada kelompok lanjut usia ataupun yang memiliki riwayat penyakit yang telah menahun, seperti tekanan darah tinggi, penyakit jantung ataupun diabetes (WHO, 2020).

2.2.3.2. Gejala covid-19

Menurut WHO (2020), Covid-19 dapat menimbulkan banyak gejala, dari gejala yang paling umum sampai gejala yang parah. Secara umum, virus corona ini dapat menimbulkan gejala seperti demam, batuk kering, kelelahan, bahkan sampai kehilangan indra perasa dan penciuman. Sedangkan untuk gejala yang parah seperti demam pada temperatur yang tinggi diatas 37 derajat, sesak napas, kehilangan selera makan, kebingungan bahkan menimbulkan rasa nyeri terus menerus dibagian dada.

Namun belakangan ini dikabarkan bahwa gejala baru yang disebabkan oleh virus ini seperti *delirium*. *Delirium* merupakan gejala yang menyerang mental, sehingga membuat pengidapnya menjadi kebingungan berat dan mengalami penurunan kesadaran dikarenakan terganggunya sistem saraf pusat. Yang lebih menarik virus ini telah menyebabkan 18% pengidapnya mengalami gejala baru yaitu fotofobia atau sensitivitas cahaya. Dari 83 responden pasien corona, 81% telah melaporkan adanya keluhan pada mata mereka dalam dua minggu setelah mengalami gejala covid-19.

Selain gejala diatas, gejala yang tidak umum lainnya adalah seperti masalah pencernaan, dimana pasien mengalami gejala umum disertai dengan diare dan muntah. Dan berikutnya gejala yang tak biasa adalah ruam kulit. Virus ini dapat menimbulkan ruam kulit yang bersifat ringan dan tidak berisiko tinggi, kemungkinan munculnya ruam ini hanya 0,2 sampai 20%. Penularan virus ini bisa melalui tetesan cairan yang berasal dari batuk atau bersin. Kemudian melakukan kontak pribadi seperti bersentuhan atau berjabat tangan dengan seseorang yang sudah terpapar virus corona (Alam, 2021).

2.2.3.3. Pencegahan Covid-19

Menurut Kementerian Kesehatan, ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mencegah penularan virus corona seperti:

1. Mencuci tangan menggunakan sabun di air mengalir dan menggunakan hand sanitizer.
2. Mengonsumsi makanan-makanan yang bergizi seimbang dan mengonsumsi suplemen vitamin.
3. Melakukan aktivitas fisik seperti olahraga dan tidak lupa untuk tetap memiliki istirahat yang cukup.
4. Tetap dirumah dan menjaga jarak, apabila beraktivitas diluar rumah, segera mengganti pakaian atau mandi.
5. Dianjurkan untuk tidak merokok, dan melakukan pengendalian bagi penyerta yang memiliki riwayat penyakit seperti diabetes, mellitus, hipertensi ataupun kanker (Kemkes, 2020).

2.3. Kerangka Konseptual

