

## PELUANG DAN TANTANGAN USAHA INNA FRIED CHICKEN DI MASA PANDEMI

Mila Nadia<sup>1</sup>, Dewi Riza Lisvi Vahlevi<sup>2</sup>

[yaanadya1011@gmail.com](mailto:yaanadya1011@gmail.com)<sup>1</sup>, [dewirizalisvivahlevi@gmail.com](mailto:dewirizalisvivahlevi@gmail.com)<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Agama Islam An-Najah Indonesia Mandiri

### Abstract

Inna Fried Chicken is one of the Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Sidoarjo which was established in 2001 with the vision of "Availability of quality, healthy, clean, halal and economical food". The purpose of this study is to find out the opportunities and challenges of Inna Fried Chicken's business during the pandemic. The research method used is a qualitative approach method. The type of research used in this research is a qualitative descriptive study.

**Keywords:** opportunities, challenges, MSMEs, pandemics, inna fried chicken.

### Abstrak

Inna Fried Chicken merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sidoarjo yang berdiri sejak tahun 2001 dengan visi "Tersedianya makanan yang berkualitas, sehat, bersih, halal dan ekonomis". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peluang dan tantangan usaha Inna Fried Chicken di masa pandemi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif. Adapun jenis riset yang dipakai dalam penelitian ini merupakan studi deskriptif kualitatif.

**Kata Kunci:** peluang, tantangan, UMKM, pandemi, inna fried chicken.

## **Pendahuluan**

Di tengah kondisi pandemi Covid-19 yang masih berlangsung, Pemerintah mulai memberlakukan kebijakan new normal. Selain kesehatan, isu ekonomi menjadi salah satu hal yang menjadi pertimbangan pemberlakuan new normal di Indonesia. Isu kesehatan dan ekonomi menjadi isu yang saling berkaitan dalam kondisi saat ini. Salah satu yang terdampak dalam pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sidoarjo adalah Inna Fried Chicken yang berdiri sejak tahun 2001 dengan visi “Tersedianya makanan yang berkualitas, sehat, bersih, halal dan ekonomis”. Inna Fried Chicken ini menyajikan makanan cepat saji dengan produk utamanya adalah ayam goreng kentucky, Tidak hanya menawarkan ayam goreng kepada pelanggannya, ada beberapa variasi menu lainnya antara lain kripik usus dan ayam geprek. Usahanya tergolong sederhana, karena omset per bulannya mencapai Rp 45.000.000 sampai Rp 62.000.000.

Dalam masa pandemi yang masih berlangsung, ekonomi merupakan aspek yang cukup terdampak. Sebagian orang kehilangan pekerjaan sebagai akibat dari sistem perusahaan yang harus terus disesuaikan dengan kondisi saat ini. Pendapatan perekonomian beberapa sektor pun ikut menurun. Tentu tidak ada yang pernah menduga akan datangnya masa ini. Sehingga munculnya peluang dan tantangan usaha tersebut.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu merupakan sesuatu metode penelitian berbentuk deskriptif dan peneliti selaku instrumen kunci, analisis data secara induktif, bersifat deskriptif, lebih memprioritaskan cara dari pada hasil (Sugiyono, 2015). Hasil penelitian lebih menekankan makna daripada abstraksi, informasi yang didapat mengarah informasi kualitatif. Jenis riset yang dipakai dalam penelitian ini merupakan studi dekskriptif kualitatif. Studi deskriptif yakni studi yang menarangkan suatu yang jadi target riset dengan cara terperinci ataupun mendalam. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi Informasi digabungkan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Peluang Usaha Inna Fried Chicken di Masa Pandemi**

Peluang bisnis UMKM tidak terbatas meskipun pandemi COVID-19 telah membawa dampak negatif terhadap perkembangan UMKM. Pengembangan UMKM yang saat ini sudah berbasis digital dan begitu mudah diakses telah memicu banyak pergerakan ekonomi diberbagai pelosok daerah. Saat ini, potensi industri kreatif memiliki prospek dan peluang yang sangat menjanjikan. Apabila banyak industri kreatif yang terdugali dan ditingkatkan oleh UMKM maka daya serap ekonomi akan tersebar secara merata dan memiliki daya serap yang tinggi sehingga akan meningkatkan kemakmuran ekonomi di daerah tersebut serta akan menciptakan lapangan kerja baru agar dapat mengatasi kemiskinan. UMKM memiliki peluang untuk tumbuh dalam masa pandemi COVID-19 dengan melakukan digitalisasi dan mengubah bisnis yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dalam kondisi pandemi, Inna Fried Chicken mampu merespon perubahan-perubahan perilaku dan pola konsumen sebagai akibat dari adanya pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 telah memicu perubahan perilaku konsumen dimana pada kondisi seperti saat ini konsumen lebih memilih untuk belanja secara online. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang telah diterapkan oleh pemerintah selama masa pandemi COVID-19 harusnya dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk melakukan penjualan secara online. Inna Fried Chicken menyajikan paket promo yang menarik untuk meningkatkan omset penjualan. Inna Fried Chicken juga menyediakan jasa delivery order untuk minimal order tertentu.

Perubahan perilaku konsumen dengan membatasi interaksi fisik dan mengurangi aktivitas yang dilakukan di luar rumah karena adanya penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Hal ini tentunya memberi peluang yang besar kepada parapelaku UMKM khususnya UMKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital untuk bertahan atau bahkan melaju atau berkembang di tengah pandemi COVID-19. Kondisi di tengah pandemi COVID-19 seperti saat ini merupakan momentum yang tepat bagi Indonesia untuk melakukan percepatan digitalisasi UMKM.

## **Tantangan Usaha Inna Fried Chicken di Masa Pandemi**

Masa pandemi COVID-19 menjadi tantangan tersendiri bagi para pelakuUMKM. Tantangan UMKM di tengah pandemi COVID-19 diantaranya yaitu banyaknya para pelaku UMKM yang mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku karena diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), banyak pelaku UMKM yang mengalami penurunan pendapatan akibat tidak adanya pelanggan yang membeli produk semenjak pemberlakuan PSBB dan physical distancing, pelaku UMKM mengalami kesulitan untuk mendapatkan pinjaman modal, serta anjloknya permintaan yang disebabkan karena terjadi ketidakpastian pasar yang akhirnya berdampak pada menurunnya permintaan akan barang dan jasa.

Di tengah pandemi COVID-19 seperti saat ini para pelaku UMKM harus bisa melakukan inovasi serta memanfaatkan kanal pemasaran dan penjualan online untuk menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu para pelaku UMKM juga harus bisa menata ulang strategi bisnisnya. Dalam kondisi seperti saat ini, UMKM perlu melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi pemasaran untuk bertahan. Terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan oleh UMKM termasuk membuka lini produk baru dan memperbaharui sistem pemasaran yang ada, karena bisnis yang mampu bertahan yaitu bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh Inna Fried Chicken yaitu:

### **a. Jasa Delivery Order**

Di tengah pandemi COVID-19 penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan yang disebabkan oleh adanya penerapan PSBB sehingga masyarakat lebih memilih untuk berdiam diri di rumah. Menanggapi hal tersebut, salah satu cara yang dapat dilakukan Inna Fried Chicken yaitu dengan memperluas jaringan dengan memanfaatkan penjualan jasa online (delivery order) sehingga Inna Fried Chicken tetap dapat menjalankan usaha dan menjangkau banyak konsumen serta memperluas pangsa pasar.

### **b. Digital Marketing**

Pandemi COVID-19 menyebabkan berkurangnya jumlah konsumen di beberapa sektor dan industri, hal ini menuntut pelaku UMKM untuk dapat memasarkan produk

Mila Nadia dan Dewi Riza Lisvi Vahlevi, *Peluang dan Tantangan Usaha Inna Fried Chicken di Masa Pandemi* secara maksimal dan memikirkan ide-ide kreatif dan inovatif. Semakin pesat perkembangan era digital seperti saat ini tidak mungkin untuk dihindari. Apalagi dimasa pandemi COVID-19 seperti saat ini apabila ingin tetap bertahan, maka UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat dari perkembangan digital.

Terdapat beberapa bentuk digital marketing yang dilakukan Inna Fried Chicken untuk dapat melakukan pemasaran produk yaitu sebagai berikut:

- a. Melakukan publikasi video dan foto produk di sosial media secara intensif. Penggunaan sosial media ini perlu disesuaikan dengan segmen produk yang dimiliki.
- b. Membuat video produk pemasaran yang nantinya ditayangkan melalui social. Strategi ini jika dilakukan dengan benar akan berpengaruh positif terhadap bisnis yang dijalani.

Dalam melakukan digital marketing, pelaku UMKM dituntut untuk selalu belajar dan berfikir terbuka terhadap teknologi yang semakin berkembang. Tentunya pemasaran secara digital juga mempertimbangkan menggunakan media yang cocok dan cara komunikasi yang tepat yang disesuaikan dengan segmen atau pangsa pasar yang dipilih. Sehingga pemasaran akan lebih efektif dan tidak salah sasaran.

- c. Memperbaiki Kualitas Produk dan Pelayanan

Ditengah Pandemi COVID-19, konsumen tentunya menjadi lebih berhati-hati dalam memilih produk, menggunakan produk dan jasa sehingga menyebabkan terjadinya penurunan kepercayaan konsumen terhadap barang dan jasa yang diperjualbelikan. Selain itu, keterbatasan konsumen dalam melakukan pembelian langsung juga berdampak pada berkurangnya jumlah pembelian konsumen secara signifikan. Untuk itu pelaku UMKM harus melakukan perbaikan kualitas produk untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan secara intensif mengkomunikasikan terhadap kualitas produk. Sangat penting untuk UMKM untuk melakukan perbaikan kualitas produk secara berkala dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.

Selain peningkatkan kualitas produk, pelaku UMKM juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menambah jenis pelayanan seperti pesan antar dan pelayanan pembelian melalui online dan dengan menggunakan hotline layanan khusus terkait penjualan yang dapat dengan mudah diakses konsumen. Dalam melakukan pelayanan pesan antar, pelaku usaha harus lebih memperketat standar pelayanannya dengan meningkatkan dan memastikan kebersihan dari produknya. Pelayanan yang baik akan dapat membentuk kepercayaan konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan dan

Mila Nadia dan Dewi Riza Lisvi Vahlevi, *Peluang dan Tantangan Usaha Inna Fried Chicken di Masa Pandemi* membentuk loyalitas konsumen. Pada masa pandemi COVID-19 seperti saat ini, kepercayaan konsumen menjadi salah satu faktor penting dalam keberlangsungan usaha.

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan paparan dan tulisan di atas dapat diketahui dan disimpulkan bahwa peluang bisnis UMKM dimasa pandemi sangat menjanjikan, seiring dengan inovasi dan kreatifitas yang diterapkan dengan memanfaatkan digital marketing yang ada. Pelaku usaha restoran perlu menyiapkan sumber daya yang cukup untuk dapat memenuhi ketentuan Jaminan Penyediaan Produk yang bersih, higienis, serta perlu memiliki komitmen dan integritas yang kuat untuk memberikan jaminan halal terhadap makanan dan minuman yang disajikan secara berkelanjutan.

Saran yang dapat direkomendasikan adalah para pelaku UMKM harus memiliki strategi ataupun menerapkan strategi yang telah dijelaskan untuk dapat bertahan di tengah pandemi ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi., sehingga dapat mengubah tantangan yang ada menjadi peluang. Karena UMKM yang dapat bertahan adalah UMKM yang responsif terhadap perubahan sekitar dan mampu menyesuaikan diri baik dari segi produk, sistem pemasaran dan penjualan maupun penggunaan teknologi yang mendukung bisnis. Selain itu, perlu adanya dukungan ataupun dorongan dari pemerintah dalam mewujudkan pengembangan UMKM di tengah pandemi COVID-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Marlinah, Lili. 2020. Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22, 118-121.
- Yolanda, Jessica Melsa. (2017). Strategi Dalam Upaya Menciptakan Bisnis yang Kompetitif Menggunakan Analisis SWOT. Skripsi
- Agustina, Y., Pratikto, H., Churiyah, M., & Dharma, B. A. (2019). Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Graha Pengabdian*, 1(2)
- Anam. (2021). Webinar Manajemen Bisnis Di Era Pandemi Covid-19. 4 Agustus. [Http://Research.Unissula.Ac.Id](http://Research.Unissula.Ac.Id).