

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data dan Temuan Penelitian

1. Profil Restoran Andayani Pamekasan

Andayani Waroeng Steak N Djawa berdiri pada hari Selasa legi tepatnya tanggal 24 Juni 2003 yang dirintis oleh Sugiyanto Hartono. Perusahaan makanan yang diberi nama Andayani Waroeng Steak N Djawa yang berlokasi atau terletak di Jalan Niaga 49, Kelurahan Barurambat Kota, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan.¹

Andayani Waroeng Steak N Djawa, Pada waktu itu para pekerja hanya orang setempat, peralatannya masih cukup sederhana serta tempat atau lokasi konsumen masih sangat sederhana dan belum mengalami kemajuan, dan harus mengadakan inovasi baru serta perluasan lokasi. Dengan ambisi dan keyakinan yang kuat serta kemauan yang optimal, dijalani dari awal.²

Setelah beberapa lama bekerja dengan semangat yang tinggi Diana, Andayani Waroeng Steak N Djawa mengalami kemajuan yang sangat pesat dan bisa memiliki perluasan lokasi lesehan. Lokasi perluasan yang dibuka oleh Bupati saat itu, beliau adalah H. Achmad Syafii Yasin. Andayani Waroeng Steak N Djawa sekarang memiliki dua perluasan lokasi lesehan utama, VIP (meeting room) yang sekarang sering digunakan meeting oleh semua kalangan dan juga memiliki alat masak serba modern dan dilengkapi dengan WiFi Area Hot Spot. Lokasi lesehan sungguh sangat nyaman dengan view taman yang indah asri. Menu masakan dan minuman yang banyak

¹Sugiyanto Hartono, Pemilik Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Januari 2022).

²Ibid.

pilihan dan bervariasi. Andayani Waroeng Steak N Djawa selain terkenal Karen amasakan dan minumannya yang sesuai selera juga terkenal dengan pelayanan yang cepat dan memuaskan.³

2. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Restoran Andayani Pamekasan

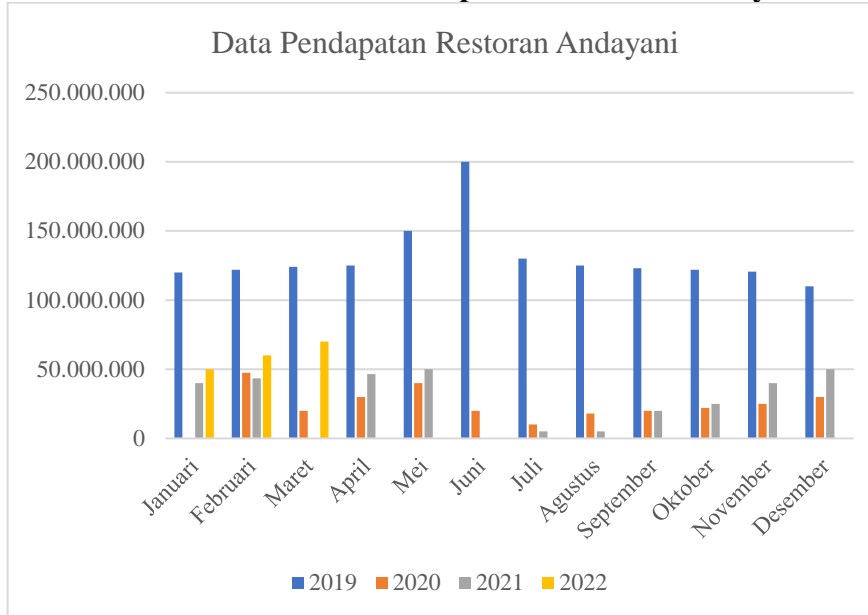
Adanya pandemi corona ini menyebabkan sektor ekonomi menjadi tertekan. Tertekanya sektor ekonomi tersebut bukan hanya dialami oleh industri besar saja akan tetapi juga dialami oleh UMKM. Adapun bentuk nyata yang diakibatkan oleh wabah virus corona ini yakni terjadinya penurunan pada UMKM. Bukan hanya itu saja wabah virus corona sudah memberi dampak pada banyak sektor. Bahkan tatanan ekonomi global pun ikut mengalami penurunan hingga perekonomian domestik negara dan UMKM menjadi anjlok.

UMKM yang terkena dampak wabah Covid-19 ini salah satunya yakni UMKM Makanan, yaitu Restoran Andayani Pamekasan. Dampak yang dirasakan Restoran Andayani akibat pandemi adalah penurunan omset yang lumayan tinggi yaitu menurun sekitar 50% dari pendapatan yang biasanya. Selain itu, dampak yang dirasakan juga menurunnya pengunjung setiap harinya, bahkan merasakan selama satu bulan sepi pengunjung. Meski Restoran Andayani Pamekasan merasakan dampak yang sangat besar dalam penurunan omset, Restoran Andayani tetap bisa bertahan di tengah pandemi dan terus berinovasi seperti memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen dan membuat suasana restoran menjadi lebih nyaman dan juga efisiensi dalam stok bahan makanan, di Restoran Andayani pun tidak ada karyawan yang dirumahkan.⁴

³Sugiyanto Hartono, Pemilik Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Januari 2022).

⁴Observasi, Pada tanggal 8 Januari sampai 24 Januari 2022

Gambar 4.1
Data Pendapatan Restoran Andayani



Sumber: Data Diolah

Dalam rangka supaya memperoleh data mendetail, maka peneliti pun melaksanakan wawancara pada Sugiyanto Hartono selaku Pemilik Restoran Andayani Pamekasan. Peneliti memberikan pertanyaan sehubungan dengan bagaimanakah pendapatan Restoran Andayani sebelumnya serta sesudahnya wabah Covid-19. Peneliti juga bertanya apakah pendapatan yang dihasilkannya dapat memenuhi tingkat kebutuhan restoran atau tidak. Sugiyanto Hartono memaparkan bahwasanya pendapatan Restoran Andayani menderita penurunan mendekati 50%. Dimana pada saat sebelum adanya wabah virus corona restoran tersebut memiliki pendapatan rata-rata mencapai lebih dari Rp 50 juta dalam waktu sebulan sementara untuk masa sekarang dalam waktu sebulan memperoleh pendapatan tidak sampai Rp 25 juta

Adapun wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan Sugiyanto Hartono yang memaparkan bahwasanya:

“Saat itu, sebelum virus corona ada, kita mendapatkan pendapatan kotor hingga 150 juta tiap bulannya. Lalu kalau saat ini saat awal adanya corona ini, pendapatan kita tidak sampai 50 juta tiap bulannya. Tidak Cuma itu, dari pagi sampai malam pun jarang sekali yang

datang ke restoran ini. Oleh sebab itu, pendapatannya kami jadi turun mendekati 50%. Biasanya ada wisatawan berkunjung ke Madura atau orang dari luar kota seperti Sampang, Sumenep dan lainnya itu mampi ke restoran ini untuk makan tapi sekarang jadi sepi”.⁵

Selanjutnya penulis juga memberikan pertanyaan terkait apa sajakah kendala yang dihadapi pada masa pandemi Covid-19 oleh Restoran Andayani. Kemudian Sugiyanto Hartono menjelaskan terkait kendala-kendala yang dihadapinya yakni adalah sepi pengunjung serta pendapatan yang ikut mengalami penurunan. Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis yakni:

“Pada masa pandemi Covid-19 ini kami memiliki kendala yang tentunya harus kita hadapi yakni berasal dari pendapatan kita yang turun, keuntungan omset pun jadi turun tajam dibangkang sebelum-sebelumnya, yang tentunya hal itu diakibatkan karna pengunjung yang jarang kesini alias sepi”.⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sugiyanto Hartono merupakan pemilik Restoran Andayani Pamekasan, maka dapat diketahui bahwasanya selama adanya wabah virus Covid-19 ini mereka menderita dampaknya, yaitu sepi pengunjung yang mengakibatkan menurunnya omzet pendapatan perbulannya.

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan informan kedua yang peneliti wawancarai adalah Latief selaku karyawan di Restoran Andayani Pamekasan. Kemudian penulis memberikan pertanyaan sehubungan dengan bagaimanakah pendapatan yang ada pada Restoran Andayani sebelumnya serta sesudah adanya wabah virus corona serta apakah pendapatan yang mereka hasilkan bisa memenuhi kebutuhan restoran. Berdasarkan pemaparan dari informan tersebut menyatakan bahwa saya restoran menderita penurunan di mulai pada saat diterapkannya PSBB serta disusul PPKM membuat restoran tersebut menderita penurunan dari sisi pendapatan perhari sampai mendekati 60%. Adapun hasil wawancara yang penulis lakukan yakni:

⁵Sugiyanto Hartono, Pemilik Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Januari 2022).

⁶Sugiyanto Hartono, Pemilik Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Januari 2022).

“Sejak adanya PSBB dan PPKM omzet pendapatan perhari turun hampir dibawah 60%, sedangkan sebelum adanya pandemi keuntungan usaha makan ini bisa 80% per hari. Sangat mengalami dampaknya dari pandemi covid 19 ini”.⁷

Selanjutnya, ketika penulis bertanya sehubungan dengan kendala apa sajakah yang dihadapi Restoran Andayani pada masa wabah virus Corona ini. Informan memaparkan bahwasanya, kendala yang dihadapi oleh mereka yakni sama dengan restoran lain seperti halnya terletak pada pengunjung yang sepi. Mengenai hasil wawancara yang penulis lakukan yakni sebagai berikut :

“Kemungkinan kendala yang dialami oleh kita itu sama dengan restoran lainnya, yakni pengunjung yang sepi, karna selama ini para wisatawan jarang kesini karna wisata banyak yang ditutup, kami mengharap wisatawan lokal, hingga luar kota seperti Sumenep, Sampang dan lain-lain bisa mampir di restoran kami”.⁸

Dengan berdasar pada hasil dari wawancara pada informan tersebut, maka bisa diketahui bahwasanya sejak awal wabah virus corona yang dimulai dari penerapan kebijakan PSBB serta disusul dengan PPKM darurat, Restoran Andayani menderita penurunan dari sisi pendapatannya serta mengalami kendala pengunjung yang sepi.

Pertanyaan dari penulis yakni berhubungan dengan bagaimanakah pendapatan Restoran Andayani sebelumnya serta sesudah wabah virus corona sekaligus menanyakan apakah kebutuhan restoran bisa terpenuhi dari pendapatan yang dihasilkannya. Informan tersebut memaparkan bahwasanya Restoran Andayani menderita pendapatan yang menurun semenjak terjadinya wabah virus corona. Adapun hasil wawancara yang penulis lakukan yakni sebagai berikut :

“Kalau menurut saya, memang semenjak pandemi Covid-19 mengalami penurunan omzet. Hal ini mengalami perbedaan signifikan dibanding sebelum adanya pandemic Covid-19. Bahkan pernah hampir satu hari itu tidak ada pengunjung yang mampi dan makan ke Restoran Andayani Pamekasan ini”.⁹

⁷Latief, Karyawan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (15 Januari 2022).

⁸Latief, Karyawan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (15 Januari 2022).

⁹Sayati, Pelanggan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 Januari 2022).

Kemudian pada saat penulis memberikan pertanyaan terkait kendala yang dihadapi Restoran Andayani pada masa pandemi yakni memaparkan bahwasanya kendalanya tidak jauh berbeda dengan restoran lain yakni mengalami sepi pengunjung. Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis yakni sebagai berikut:

“Kalau mengenai kendalanya yang dihadapi, yaa sepi pengunjung itu, jadi pihak restoran harus pintar dalam menggunakan strategi pemasaran. Hal ini kemungkinan tidak ditempat ini saja, namun hal yang sama juga dilaksanakan di restoran-restoran yang lainnya yaitu sepi pengunjung.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tersebut, maka dapat diketahui bahwa Restoran Andayani sangat terkena dampaknya dari pandemi Covid-19. Hal tersebut terbukti dari sesudah adanya wabah virus corona, restoran tersebut mengalami penurunan dari sisi pendapatannya. Serta pengunjung yang biasanya ramai kini menjadi sepi sehingga hal tersebut mengakibatkan Restoran Andayani Pamekasan pendapatannya anjlok.

Selanjutnya penulis melaksanakan wawancara pada informan keempat yakni Yuniatul Jannah karyawan di restoran Andayani Pamekasan. Pertanyaan yang diberikan oleh penulis yakni berkaitan dengan bagaimanakah pendapat pada Restoran Andayani entarab sebelum serta sesudah wabah virus Covid-19 serta apakah pendapatan itu bisa memenuhi kebutuhan restoran. Informan tersebut menjelaskan bahwasanya terdapat perbedaan dari sisi pendapatan antara sebelum serta sesudah adanya wabah tersebut. Adapun berikut ini merupakan hasil wawancara yang penulis lakukan:

“Tentunya ada perbedaan yaa, antara sebelum serta sesudah pandemic. Pendapatan yang kami peroleh di Restoran Andayani ini sangat turun drastis dikarenakan sepi pengunjung dari dalam kota maupun luar kota”.¹¹

¹⁰Sayati, Pelanggan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 Januari 2022).

¹¹Yuniatul Jannah, Karyawan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (24 Januari 2022).

Kemudian pada saat penulis melakukan pertanyaan mengenai kendala yang dialami Restoran Andayani pada masa wabah virus corona. Informan tersebut menyatakan bahwasanya kendal yang mereka alami yakni hampir sama dengan restoran lain. Kendala tersebut terletak pada penurunan dari sisi omset pendapatannya serta pengunjung yang sepi. Adapun hasil wawancaranya yakni:

“Mengenai kendalanya sekarang ini pastinya terletak dipendapatan kita yang turun cukup tajam, keuntungan dari omset juga turun tajam dibanding sebelum-sebelumnya. Waktu dulu tuh, sebelum ada pandemi, kita bisa meraup pendapatan sehari bisa sampai puluhan juta”.¹²

Dengan mengacu pada hasil wawancara pada informan maka bisa kita ketahui bahwasanya sejak adanya wabah virus corona ini mereka tentu bisa menderita dampaknya dikarenakan sepi pengunjung sehingga membuat omzet pendapatan menurun drastis.

Berdasarkan paparan data diatas, maka peneliti mendapatkan temuan penelitian mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Restoran Andayani Pamekasan, ialah banyaknya kehilangan pelanggan yang diakibatkan oleh diterapkannya aturan-aturan sekaligus kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah seperti halnya PSBB, PPKM Darurat, serta anjuran yang diberikan oleh pemerintah supaya tetap di rumah saja. Tentunya dengan penerapan kebijakan tersebut mengakibatkan Restoran Andayani mengalami penurunan pendapatan omset atau menurunnya penjualan. Penurunan dari sisi pendapatan tersebut hampir 50% sejak munculnya wabah virus corona. Dari yang biasanya restoran bisa mendapatkan pendapatan Rp 50 juta tiap bulannya, namun pada saat adanya pandem ini justru hanya mendapatkan pendapatan sebesar Rp800.000 perhari.

¹²Yuniatul Jannah, Karyawan Restoran Andayani Pamekasan, WawancaraLangsung, (24 Januari 2022).

3. Strategi Restoran Andayani Pamekasan Dalam Upaya Peningkatkan Pendapatan Pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Adanya krisis yang masih terjadi karena adanya virus corona ini membuat para pelaku UMKM menjadi tertekan. Mereka dituntut supaya bisa mempertahankan bisnisnya serta bisa bersaing dengan kompetitor lainnya untuk mewujudkan peningkatan pada keuntungan mereka serta bisa mempertahankan eksistensi mereka. Namun pada faktanya hal tersebut sangat sulit dilakukan oleh para pelaku UMKM di masa wabah virus corona ini dikarenakan penjualannya yang tidak stabil sehingga mengakibatkan beberapa pelaku tersebut mengalami kebangkrutan. Tentunya terdapat beberapa faktor yang bisa menunjang aktivitas bisnis mereka supaya bisa tetap berjalan dengan baik terlebih di masa wabah karena saat ini. Adapun mengenai faktor pentingnya yakni terletak pada strategi pemasaran. Terdapat beberapa cara yang dapat dilaksanakan oleh pelaku UMKM supaya mereka bisa mempertahankan bisnis mereka pada masa saat ini. Tentunya tiap UMKM mempunyai strategi mereka masing-masing dan disesuaikan pada produknya yang dipasarkan.

Supaya memperoleh data yang mendetail, peneliti melaksanakan wawancara pada bapak Sugiyanto Hartono selaku pemilik Restoran Andayani Pamekasan. Peneliti bertanya terkait strategi apakah yang dilaksanakan pada masa wabah virus corona untuk bisa membuat bisnisnya tetap bertahan dan berlangsung serta meningkatkan eksistensi usaha restorannya. Sugiyanto Hartono memberikan pemaparan bahwasanya mereka melaksanakan sistem jual beli online pada media sosial, Go Food, Grab Food, Jasku dan lain-lainnya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan ialah a). *Shiddiq* (jujur). b). *Amanah* (bisa dipercaya), c). *Fathanah* (cerdas), d). *Tabligh* (komunikatif). Adapun hasil wawancaranya yakni:

“Dikarnakkan pendapatannya itu sudah jauh beda. Maka satrategi kami yang digunakana adalah dengan cara jualan melalui media sosial, seperti Go Food, Grab Food, Jasku dan

lain-lainnya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan kami ialah a). Shiddiq (jujur) seperti baha-bahan yang digunakan oleh kami kualitasnya itu tinggi. b). Amanah (dapat dipercaya), produk yang kami jual harus benar-benar bisa dipercaya keamanannya pada saat dikonsumsi customer dan yang pasti sertifikasinya itu halal. c). Fathanah (cerdas), kami disini selalu berinovasi dalam menjual produk makanan kami agar pelanggan tidak bosan terhadap produk makanan yang kami jual. d). Tabligh (komunikatif), kami selalu bertanggungjawab atas kualitas produk makanan yang kami jual dan alhamdulillahnya selama ini tidak ada pelanggan yang complain terhadap produk makanan yang kami jual”.¹³

Lebih lanjut penulis juga memberikan pertanyaan mengenai apakah Restoran Andayani menerapkan penghematan seperti halnya pangan atau lain sebagainya dalam rangka untuk mengurangi tingkat pengeluaran pada masa wabah virus corona. Sugiyanto Hartono memaparkan bahwasanya restoran tersebut tidak melaksanakan penghematan ataupun pengeluaran lainnya, akan tetapi mereka tetap melaksanakan pengeluaran seperti biasa yakni dengan membagikan makanan yang tetap diadakan sebanyak dua kali dalam satu hari, dikarenakan kebutuhan pangan merupakan kebutuhan utama. Maka adanya wabah virus corona ataupun tidak adanya wabah ini, makanan tetap dibagikan. Adapun hasil wawancaranya yakni:

“Disini kami tidak ada penghematan dari sisi pengeluaran sehari-harinya, yakni tetap ada jatah makan dua kali dalam sehari yakni siang dan malam, karena makan itu tergolong kebutuhan utama kita buat bisa tumbuh dan sehat. Terlebih lagi dimasa pandemi sekarang ini, maka tidak ada penghematan di restoran kami”.¹⁴

Dari hasil wawancara pada bapak Sugiyanto Hartono, Restoran Andayani Pamekasan menggunakan strategi untuk tetap bisabertahan yaitu dengan melakukan jualan melalui media sosial seperti lewat Go Food, Grab Food, Jasku dan lain-lainnya. Mereka juga tidak melaksanakan penghematan pengeluaran akan tetapi tetap membagikan makanan sebanyak dua kali dalam satu hari.

Selanjutnya informan kedua yang penulis wawancarai adalah Bapak Latief selaku karyawan Restoran Andayani Pamekasan. Penulis bertanya terka strategi yang dilaksanakan

¹³Sugiyanto Hartono, Pemilik Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Januari 2022).

¹⁴Sugiyanto Hartono, Pemilik Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Januari 2022).

pada masa wabah virus karena untuk bisa membuat kelangsungan bisnis tetap bertahan serta eksistensi Restoran Andayani Pamekasan. Informan tersebut menuturkan, kami jualan melalui media sosial seperti Go Food, Grab Food, Jasku dan orang yang pernah berkunjung ditempat makan tersebut ataupun sudah berlangganan maka bisa memesan lewat telepon saja hingga nantinya akan dikirim pada alamat orang yang mememesannya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan ialah a). *Shiddiq* (jujur). b). *Amanah* (dapat dipercaya), c). *Fathanah* (cerdas), d).

Tabligh (komunikatif). Hasil wawancara yang dilakukan penulis yakni:

“Terkait strategi yang digunakan dimasa pandemi Covid-19 ialah dengan cara jualan melalui media sosial seperti lewat Go Food, Grab Food, Jasku dan lain-lainnya dan juga pengunjung bisa memesan dengan telpon ataupun pesan pesan whatsapp untuk dikirim ke alama ttujuannya. Adapun strategi pemasaran islam yang digunakan kami ialah kami selalu bersikap *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapatdipercaya), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (komunikatif)”.¹⁵

Penulisoun juga bertanya mengenai apakah Restoran Andayani melaksanakan penghematan seperti halnya pangan ataupun lainnya dalam rangka untuk pengurangan pengeluaran dimasa wabah corona. Informan tersebut memaparkan bahwasanya tidak terdapat penghematan pengeluaran dan tetap dilakukan seperti sebelum adanya wabah virus corona, yakni tetap memperoleh bagian makanan sebanyak dua kali dalam satu hari. Hasil wawancaranya yakni sebagai berikut :

“Disini tidak ada penghematan dari sisi pengeluaran sehari-harinya, yakni tetap ada jatah makan dua kali dalam sehari yakni siang dan malam, karena makan itu tergolong kebutuhan utama kita buat bisa tumbuh dan sehat. Terlebih lagi dimasa pandemi sekarang ini”.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan tersebut, sejak awal pandemi Covid-19 strategi yang digunakan adalah dengan berjualan online di media sosial dan restoran tersebut juga

¹⁵Latief, KaryawanRestoran AndayaniPamekasan, WawancaraLangsung, (15 Januari 2022).

¹⁶Latief, KaryawanRestoran AndayaniPamekasan, WawancaraLangsung, (15 Januari 2022).

tidak melaksanakan penghematan untuk mengurangi pengeluaran sehari-harinya, akan tetapi tetap membagikan makanan sebanyak dua kali dalam satu hari.

Selanjutnya informan ketiga yang penulis wawancarai adalah Sayati selaku pelanggan di Restoran Andayani Pamekasan. Pertanyaan yang dilakukan oleh penulis berkaitan dengan strategi yang dilaksanakan pada masa wabah virus corona untuk bisa membuat kelangsungan usaha tetap bisa bertahan serta eksistensi Restoran Andayani. Informan tersebut memaparkan bahwasanya selain Restoran Andayani hanya mengandalkan para tamu berkunjung pada restoran saja untuk melakukan pembelian. Restoran Andayani juga memanfaatkan media sosial untuk berjualan seperti Go Food, Grab Food, Jasku dan lainnya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan ialah a). *Shiddiq* (jujur), b). *Amanah* (dapat dipercaya), c). *Fathanah* (cerdas), d). *Tabligh* (komunikatif). Hasil wawancara yang penulis lakukan yakni:

“Saya rasa, strategi yang dilakukan, selain hanya mengandalkan pengunjung yang mampir pada restoran saja. Restoran Andayani juga memanfaatkan platform digital makanan online ya seperti Go Food, Grab Food, Jasku dan lain-lainnya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan oleh karyawan disini ialah kejujuran, dapat dipercaya, cerdas dan komunikatif”.¹⁷

Kemudian pada saat penulis memberikan pertanyaan sehubungan dengan apakah Restoran Andayani melaksanakan penghematan berkaitan dengan pangan ataupun lainnya dalam rangka pengurangan pada pengeluaran pada masa wabah corona. Informan tersebut memaparkan bahwasanya tidak ada upaya penghematan dalam rangka untuk mengurangi pengeluaran dan masih bisa membagikan makanan. Sebagaimana hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Sepengetahuan saya, untuk penghematannya itu tidak ada, karena pegawainya itu tetap mendapat jatah makan tiap hari, karna makan itu masuk pada kebutuhan utama tubuh kita. Terlebih dimasa wabah corona ini kan tubuh kita itu harus sehat dengan tetap konsumsi makanan menyehatkan”.¹⁸

¹⁷Sayati, Pelanggan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 Januari 2022).

¹⁸Sayati, Pelanggan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (18 Januari 2022).

Berdasarkan wawancara dengan informan tersebut dapat diketahui bahwa, strategi ialah dengan cara berjualan memanfaatkan platform digital seperti Go Food, Grab Food, Jasku dan lainnya. Restoran pun juga tidak melaksanakan penghematan dari sisi pengeluaran dalam hal pangan dikarenakan pangan tersebut tergolong pada kebutuhan utama pada tubuh.

Selanjutnya informan keempat yang penulis wawancarai adalah Yuniatul Jannah selaku karyawan Restoran Andayani Pamekasan. Penulis memberi pertanyaan sehubungan pada strategi yang dilaksanakan restoran tersebut pada masa wabah virus corona supaya kelangsungan bisnis dalam mempertahankan usaha serta eksistensi Restoran Andayani. Berdasar pada pemaparan informan tersebut yaitu memberikan penjelasan bahwasanya strategi yang dipergunakan yakni melalui optimalisasi kualitas pelayanan penjualan yang diberikan untuk para customer. Informan tersebut juga memaparkan bahwa penjualan dilakukan pada media sosial seperti Go Food, Grab Food, Jasku dan lain-lainnya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan ialah a). *Shiddiq* (jujur). b). *Amanah* (dapat dipercaya), c). *Fathanah* (cerdas), d). *Tabligh* (komunikatif). Hasil wawancara yang penulis melakukan yakni:

“Kami melakukan strategi yakni melalui perbaikan terkait kualitas layanan pada pengunjung, kemudian kami pun mencoba melakukan promosi di media sosial Go Food, Grab Food, Jasku dan lain-lainnya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan oleh kami ialah kami selalu bersikap jujur, dapat dipercaya oleh setiap pelanggan, cerdas atau selalu berinovatif dalam menghadapi tantangan, dan selalu komunikatif”.¹⁹

Kemudian pada saat penulis melakukan pertanyaan terkait apakah Restoran Andayani melaksanakan penghematan dari sisi pangan ataupun lainnya dalam rangka pengurangan pada pengeluaran pada masa virus corona ini. Pemaparan dari informan tersebut menyatakan bahwasanya restoran tersebut tidak ada penghematan akan tetapi tetap membagikan makanan.

“Kami itu tidak ada penghematan, terlebih lagi makanan masih dibagikan pada tiap karyawan. Karna pemilik beranggapan bahwasanya makanan itu masuk pada sumber

¹⁹Yuniatul Jannah, Karyawan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (24 Januari 2022).

utama tubuh kita. Lebih lagi sekarang kan masa pandemi jadi kita harus menjaga stamina tubuh dengan makan makanan yang sehat”.²⁰

Berdasar pada hasil wawancara pada informan, dapat diketahui bahwa sejak awal pandemi Covid-19 strategi yang digunakan adalah dengan cara memanfaatkan platform digital seperti Go Food, Grab Food, Jasku dan lainnya. Restoran tersebut juga tidak ada penghematan dari sisi pengeluaran dan tetap membagikan makanan.

Berdasarkan paparan data diatas, maka peneliti mendapatkan temuan penelitian mengenai strategi Restoran Andayani Pamekasan dalam upaya peningkatkan pendapatan pada masa pandemic dalam perspektif ekonomi islam, ialah dengan cara menggunakan strategi *digital marketing* untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Strategi *digital marketing* digunakan oleh Restoran Andayani Pamekasan dikarenakan pengunjung yang sepi serta penurunan dari sisi omset yang diakibatkan terjadinya wabah virus corona di Indonesia. Bentuk strategi *digital marketing* yang di lakukan oleh Restoran Andayani Pamekasan yakni melaksanakan promosi pada media sosial seperti Instagram dan juga memanfaatkan platform GrabFood, GoFood, Jasku serta lain sebagainya. Sedangkan strategi pemasaran islam yang digunakan ialah a). *Shiddiq* (jujur) seperti bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang bagus, b). *Amanah* (dapat dipercaya), produk yang di jual benar-benar dapat dipercaya dengan tingkat keamanan yang tinggi untuk dikonsumsi serta memiliki sertifikat halal. c). *Fathanah* (cerdas), Restoran Andayani selalu berinovasi dalam menjual produk makanannya agar pelanggan tidak bosan terhadap produk makanan yang dijualnya. d). *Tabligh* (komunikatif), Restoran Andayani selalu bertanggungjawab atas kualitas produk makanan yang dijualnya terhadap semua pelanggan.

²⁰Yuniatul Jannah, Karyawan Restoran Andayani Pamekasan, Wawancara Langsung, (24 Januari 2022).

B. Pembahasan

1. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Restoran Andayani Pamekasan

Wabah baru yang baru-baru ini muncul yakni Covid-19, virus tersebut muncul sejak akhir tahun 2019 lalu yang terletak di kota Wuhan, China. Virus tersebut tidak terlihat namun bisa berefek fatal untuk manusia. Virus corona ini bisa menyerang sistem pernafasan manusia dalam bentuk ringan, infeksi paru berat hingga berujung kematian. Sehingga bisa dikatakan bahwa virus corona ini amat membahayakan dan mematikan. ²¹

Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2(SARS-CoV-2) disebut pula virus corona itu masuk kategori jenis baru coronavirus dengan penularan yang cepat dari manusia satu kemanusia lain. Meski virus ini dominan menyerang orang lanjut usia, tapi pada dasarnya virus ini bisa menyerang siapapun tak terkecuali. Baik itu anak, balita, orang hamil, menyusui dan lainnya.²²

Penyakit ini memiliki gejala awal yakni mirip dengan flu seperti batuk kering, tenggorokan sakit, sakit kepala, pilek, demam. Gejala tersebut bisa saja hilang namun bisa pula menjadi semakin parah. Orang yang mengalami gejala berat bisa menderita demam parah, batuk berdarah hingga ada darahnya, nyeri pada dada hingga sesak nafas. Gejala itu timbul saat kita terpapar virus corona. Pada umumnya ada tiga gejala yang menandakan individu terpapar virus corona, yakni demam diatas 38 derajat, sesak nafas dan juga batuk yang mana gejala ini timbul dua hari ataupun dua minggu sesudah individu tersebut terkena virus Covid-19.²³

Supaya terhindar dari virus ini, tentu kita harus melaksanakan penghindaran atas faktor apa sajakah yang bisa membuat kita terjangkit virus itu. Kita harus menerapkan protocol kesehatan

²¹Dani Sugiri, "Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Covid-19", *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* 19, no. 1 (Juli, 2020): 75.

²²Ibid, 75.

²³Ibid, 75.

melalui jaga jarak, physical distancing, menggunakan masker, jangan berada dikerumunan, tidak keluar rumah, cuci tangan dengan rutin, menggunakan hand senitaizer, tidak melakukan sentuhan diarea mulut, mata serta hidung ketika belum mencuci tangan, meningkatkan daya tahan tubuh melalui cara penerapan hidup sehat, tidak dekat dengan orang yang sakit dengan gejala pada virus corona, rajin membuang sampah ditempatnya, kebersihan terus dijaga baik itu rumah, benda dan lingkungan.²⁴

Pandemi Covid-19 tidakhanya menyebabkan darurat kesehatan, tetapi juga melumpuhkan perekonomian pada skala global. Adanya wabah ini telah melumpuhkan banyak negara, tu dari sisi sosial, politik hingga ekonomi. WTO (The World Trade Organisation) memaparkan bahwasanya dari perkirannya terjadi penurunan 32% ditahun 2020 dari sisi volume perdagangan dunia secara global. Tentunya hal tersebut diakibatkan oleh adanya pembatasan dari kegiatan masyarakat dalam rangka menghindari beserta mencegah penularan virus corona. Adanya pandemi ini menimbulkan masalah cukup serius ada ekonomi. Hal itu terlihat pada penurunan yang dialami beberapa sector seperti halnya perdagangan, transportasi, kesehatan, pariwisata beserta sector lain. Namun sektor yang amat terpengaruh yakni sektor industri rumah tangga.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) ikut terkena imbasnya dari wabah virus corona ini. Padahal UMKM ini mempunyai peran amat penting dalam perekonomian. Khususnya di ASEAN, UMKM ini bisa memperoleh lapangan kerja sekitar 50% hingga 95% dengan kontribusi pada GDP yakni 30% hingga 50% pada. Termasuk pula di Indonesia, UMKM ini bisa dikatakan sebagai pendongkrak ekonomi nasional yang bisa menyerap tenaga kerja serta peingkatan pada ekonomi masyarakat. Namun sektor UMKM ini menderita pukulan cukup keras yang diakibatkan adanya wabah virus corona dengan pendapatan yang menurun hingga tak jarang

²⁴Ibid, 76.

ada yang menutu usahanya sementara waku hingga mengalami kebangkrutan dikarnakan arus kas mengalami kendala.²⁵

UMKM pada situasi sekarang ini, ada dalam situasi krisis ekonomi. Tentunya hal itu diakibatkan wabah virus corona. Dilansir dari informasi-informasi, terpaparkan bahwasnya UMKM mengalami perununan cukup serius, bahkan terdapat 50% UMKM ini tidak bisa bertahan dalam waktu beberapa bulan anti. UMKM amat tertekan sehingga ekonomi nasional pun ikut tertekan dengan mengalami penurunan tajam. Bukan hanya itu, perlambatan prospek UMKM ini juga mengakibatkan pertumbuhan ekonomi global ambruk, sector keuaangan pun ikut anjlok hingga meruntuhkan persepsi dan harapan. Hal itu terjadi dikarenakan 60%-70% lapangan kerja pada Negara diperankan UMKM. Oleh sebab itu, penurunan prospek UMKM ini mempunyai dampak system secara keseluruhan disektor perbankan hingga lainnya.²⁶

Adapun efek dari wabah corona ini bisa kita lihat dari sisi angka permintaan serta penawaran. Berdasarkan sisi penawarannya, ada beberapa UMKM menderita kekurangan karyawan karna banyak pekerja yang di berhentikan di karenakan alasannya untuk mengaja kesehatan mereka, terdapatnya kebijakan pembatasan sosial, dan juga alasan dari pekerja yang enggan bekera dalam sementara waktu selama pandemic belum usai. Sementara berdasar pada penawarannya, yakni permintaan pada barang ataupun jasa akan menurun sehingga hal tersebut mengakibatkan UMKM fungsinya tidak maksimal bahkan likuiditas perusahaanpun tidak baik. Hal itu membuat masyarakat menjadi kehilangan pendapatan mereka dikarnakan ketidakmampuan UMKM untuk membayar upah pada pegawai. Hingga bahkan disituasi paling buruknya, UMUM bisa memutus hubungan kerja sepihak.

²⁵Ibid, 77.

²⁶Ibid, 77.

Ketidakpastian yang menyertainya melunturkan potensi pertumbuhan bisnis dan mengancam keberlanjutan hidup bagi banyak usaha. Sementara itu, upaya penanggulangannya menimbulkan tekanan besar pada pasar dan menghimpit ruang gerak perusahaan. Kejadian yang tidak terduga ini membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan dan dinamika kegiatan bisnis.

Pada situasi yang bisa dikatakan kurang menguntungkan ini, membuat usaha skala kecil dan menengah (UKM) merasakan dampak negatif yang cukup berat. Sektor ini mengalami pemangkasan produksi, penurunan pendapatan, bahkan penghentian usaha.²⁷

Berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan mengenai dampak pandemi Covid-19 yang dirasakan oleh Restoran Andayani Pamekasan banyak kehilangan pelanggan atau pengunjungnya tidak hanya dari pengunjung lokal maupun luar kota seperti Sampang, Sumenep dan kota lainnya. Efek dari adanya kebijakan sehubungan dengan PSBB, lockdown, dan anjuran *stay at home* mengakibatkan acara besar ataupun acar penting tidak terselenggarakan lagi, sehingga berakibat pada Restoran Andayani menderita penurunan dari sisi pendapatan omsetnya, penjualan ikut menurun hingga sepiunya pengunjung.

Adapun penurunan dari sisi pendapatan tersebut hampir 50%. Padahal, sebelum adanya pandemi ini, pendapatan restoran Andayani itu memperoleh Rp 150.000.000,- juta tiap bulannya. Namun, sejak adanya pandemi ini, restoran tersebut hanya mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 800.000,- perhari. Dampak Pandemi Covid-19 ini, sangat di rasakan oleh semua UMKM yang ada di Indonesia khususnya pada Restoran Andayani Pamekasan.

²⁷Andreas Budiharjo Suriyah, dll, *UMKM Sintas Pandemi: Strategi Bertahan Dan Bertumbuh* (Jakarta: PrasetyaMulya Publishing), 281.

2. Strategi Restoran Andayani Pamekasan Dalam Upaya Peningkatkan Pendapatan Pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Masalah krisis yang masih berlangsung dikarenakan adanya wabah virus corona ini semakin membuat UMKM menjadi tertekan. Di mana mereka dituntut untuk bisa tetap bertahan serta bisa bersaing dengan kompetitor lain. Terdapat beberapa UMKM yang berusaha untuk meningkatkan keuntungan mereka dengan tetap mempertahankan eksistensi bisnisnya dan berusaha melakukan peningkatan dari sisi penjualan, akan tetapi ada beberapa pula yang mengalami kebangkrutan. Tentunya sebagai pelaku usaha terdapat faktor-faktor yang pada dasarnya bisa digunakan untuk penunjang supaya bisnis tersebut bisa berjalan terlebih dimasa wabah corona saat ini. Adapun faktor pentingnya yakni salah satunya terletak pada strategi pemasarannya.

Adanya situasi persaingan pada dunia bisnis ini memberikan tuntutan untuk para pelaku usaha supaya bisa tetap bersaing serta bisa bertahan melawan kompetitor lain. Ada beberapa usaha berlomba-lomba untuk memperoleh konsumen sehingga adanya hari itu membuat kompetisi antar pebisnis makin ketat. Adanya persaingan yang semakin ketat tersebut menjadi tuntutan untuk pebisnis supaya bisa menentukan strategi apakah yang tepat untuk dipergunakan dalam rangka berkompetisi. Hal itu terjadi karena kebutuhan yang dimiliki oleh konsumen bervariasi sehingga perlu adanya strategi yang tepat untuk melaksanakan pemenuhan kebutuhan konsumen.

Adapun salah satu cara yang bisa digunakan supaya bisa memenangkan persaingan yakni dengan membuat sesuatu yang berbeda. Store atmosphere dapat dijadikan alasan lebih untuk konsumen bisa memiliki ketertarikan serta memilih di manakah ia akan berkunjung serta membelinya. Menurut Levy dan Weitz "*Atmospherics refer to design of an environment through visual communications, lighting, colors, music, and scent that stimulate costumers perceptual and*

emotional responses and ultimately affect their purchase behavior” yang artinya “Suatu kondisi yang acuannya terletak pada desain dari lingkungan dengan cara komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan aroma yang bisa merangsang pelanggan dengan cara spiritual serta emosional indah pada akhirnya bisa memberikan pengaruh pada perilaku pembelian mereka”.

Restoran Andayani juga telah menerapkan strategi store atmosphere yang mana tujuannya yakni untuk menghidupkan suasana yang ada di restoran mereka dengan selalu menghidupkan musik supaya konsumen merasa rileks, sekaligus melakukan update pada tatanan ataupun dekorasi yang dibentuk sedemikian rupa dalam bentuk *instagramable* yang pada saat ini banyak disukai oleh seluruh kalangan. Restoran Andayani juga mempunyai lokasi strategis serta pelayanan yang selalu mereka bina supaya bisa menarik perhatian dari konsumen. Sementara dari sisi menu makanan andalan yang terdapat pada Restoran Andayani yakni ayam goreng bulu, steak, dan iga bakar sedangkan menu minumannya yang terfavorit yakni jus alpukat.

Pada dasarnya terdapat beberapa cara yang dapat dilaksanakan oleh para pelaku UMKM supaya mereka tetap bisa bertahan pada masa saat ini dan tiap pelaku UMKM memiliki cara tersendiri untuk memasarkan produknya dan hal itu disesuaikan pada produk apa yang mereka pasarkan. Akan tetapi berdasarkan garis besarnya strategi yang bisa dilakukan yakni:

a. Tentukan segmentasi pasar secara spesifik

Adapun segmentasi pasar yang termaksud yakni aktivitas yang terdapat pada pasar untuk dibagi-bagi atau mengelompokkan berdasarkan kelompok masing-masing. Melalui segmentasi pasar ini maka aktivitas pemasaran akan lebih terarah serta mengakibatkan sumber daya yang dipergunakan menjadi lebih efektif dan efisien.

Oleh sebab itu, supaya Restoran Andayani bisa tetap produktif dimasa Pandemi, restoran tersebut harus menentukan calon konsumen yang dituju dengan tepat. Berdasarkan hasil survei

pemilik, mereka menentukan bahwasanya calon konsumen yang mereka tuju yakni terletak pada middle class atau kelas menengah²⁸

b. Yakinkan bahwa produk yang dijual aman

Sesudah menentukan siapa sajakah konsumen yang dituju maka langkah lebih lanjutnya yakni harus bisa memberikan keyakinan pada konsumen bahwasanya produk yang dijual tersebut keamanannya sudah terjaga. Keamanan suatu produk adalah menjadi hal yang amat penting pada dekade ini, terlebih halnya bila produk yang ditawarkannya yakni terbentuk produk makanan.²⁹ Hal itu dikarenakan produk pangan ini kebanyakan jenisnya itu beragam, baik itu diproduksi oleh dalam ataupun luar negeri. Sehingga diperlukan pembuatan rantai pangan dengan terpadu supaya memberikan perlindungan pada masyarakat dari pangan yang keamanannya tidak bisa dipastikan serta memberikan efek bahaya pada kesehatan.

Adanya sertifikasi produk aman sekaligus standar, tentunya bisa membuat konsumen semakin memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut, meskipun pada situasi sekarang ini yakni pada masa pandemi Covid-19 dimana konsumen akan tetap memiliki kepercayaan pada produk yang dijual sehingga penjualan akan tetap mengalami peningkatan serta berjalan dengan baik. Adapun cara yang diterapkan oleh Restoran Andayani terkait suatu produk yang aman yakni mereka memiliki penyulingan air sendiri, dikarenakan menurut pemilik kadar air kapur dipulau Madura amat tinggi sehingga bila dikonsumsi terus-menerus akan menimbulkan efek kurang baik bagi kesehatan.³⁰

Terdapat beberapa hal yang bisa dilaksanakan oleh UMKM termasuk juga dalam pemilihan membuka lini produk baru ataupun memperbaharui sistem pemasaran mereka, karena suatu bisnis

²⁸Aris Ariyanto dan Hadion Wijoyo, *Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi* (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), 9.

²⁹Ibid, 10

³⁰Ibid, 11.

yang bisa bertahan yakni sebuah bisnis yang memiliki sifat responsif pada perubahan lingkungan yang ada. Beberapa hal yang bisa dilaksanakan oleh UMKM yakni sebagai berikut:

1) Digital Marketing

Dimasa pandemi Covid-19 yang diderita Indonesia, banyak berakibat pada penurunan dari sisi omset penjualan pada UMKM. Hal tersebut diakibatkan oleh konsumen yang jumlahnya terus berkurang pada beberapa sektor serta industri yang menjadi tuntutan untuk pelaku UMKM supaya mereka bisa memasarkan produk mereka dengan maksimal serta memiliki daya pikir kreatif sekaligus inovatif. Melalui penggunaan internet dimasa wabah virus corona saat ini, memang menjadi suatu hal keharusan termasuk juga dalam menjalankan aktivitas bisnis serta termasuk salah satu upaya yang dilakukan untuk memasarkan produk yang bisa diadopsi oleh pelaku UMKM yakni dengan melaksanakan digital marketing. Pada masa digital saat ini yang mengalami perkembangan yang sangat pesat merupakan suatu hal yang tidak mungkin dihindari. Yuhowadi sebagai pakar pemasaran pun memaparkan bahwasanya apabila satu bisnis ingin bertahan, pelaku UMKM harus bisa memaksimalkan manfaat dari perkembangan digital ini.³¹

Digital marketing bisa dikatakan sebagai sebuah aktivitas promosi serta pencarian pasar dengan menggunakan media digital dengan cara online serta memanfaatkan sarana sarana seperti misalkan jejaring sosial. Adapun cara pemasaran dengan menggunakan digital yang banyak dimanfaatkan oleh para pelaku usaha yakni dengan mempergunakan media sosial misalkan dengan memasarkan produknya melalui instagram, twitter indah facebook dan lainnya. Tidak hanya itu pemasaran digital ini juga bisa dilaksanakan di *e-commerce* seperti media-media lain. Teknologi yang mengalami perkembangan pesat ini bisa menjadikan digital marketing harus bisa dipahami serta dipelajari oleh UMKM.

³¹Wan Laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19", *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* 10, no. 1 (Juni, 2020): 94

Terdapat beberapa bentuk-bentuk pemasaran digital yang bisa dilaksanakan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produknya yakni sebagai berikut: (1) Melakukan publikasi dalam bentuk video ataupun foto produk pada akun media sosial secara intensif dan dalam menggunakan media sosial tersebut juga harus diselaraskan pada segmen produk yang dimilikinya, (2) memanfaatkan facebook ads, twitter ads, instagram ads, bahkan *google play network* dan lain sebagainya yang bisa mudah diakses oleh media sosial serta bisa menjangkau konsumen dengan kriteria kriteria yang sudah ditentukan, (3) Melakukan pembuatan video produk pemasaran yang bisa tayang pada media sosial atau melaksanakan live promosi, strategi ini apabila dilaksanakan dengan baik akan memiliki pengaruh positif pada bisnis, (4) Selalu melibatkan konsumen dalam pemilihan produk dengan melaksanakan edukasi serta pengalaman pada kualitas produk dengan intensif pada akun media sosial serta penggunaan kata kreatif dan penggunaan hasta supaya konsumen dengan mudah menemukan produk tersebut. Melalui hal tersebut pada nantinya akan membentuk sebuah kesadaran merek dan bisa memberikan pengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Mengenai hal tersebut, Restoran Andayani juga sudah melaksanakan strategi digital marketing seperti halnya dengan melakukan promosi menggunakan media sosial yang kiri aplikasi instagram.

2) *Customer Relationship Marketing (CRM)*

Pada masa pandemi, pelaku UMKM alangkah baiknya bukan hanya terfokus pada menjadi yang pelanggan baru akan tetapi juga bisa mempertahankan produk serta menjaga pelanggan yang sudah ada, mewujudkan kepuasan pelanggan hingga nantinya akan menciptakan loyalitas pelanggan juga. Pelanggan yang loyal tentunya tidak akan berpindah pada produk lain dan tetap mempunyai tingkat kepercayaan pada produk yang kita miliki. Adapun salah satu cara supaya pelaku UMKM bisa bertahan pada saat bisnis mengalami penurunan yakni dengan melaksanakan

pemasaran hubungan pelanggan (*customer relationship marketing*). Dimana *customer relationship marketing* masuk pada konsep strategi pemasaran yang di dalamnya dilaksanakan upaya untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan yakni dengan mempertahankan hubungan yang kokoh serta saling memberikan keuntungan antar penyedia dan pelanggan sehingga bisa membangun transaksi secara berulang-ulang dan nantinya bisa mewujudkan loyalitas pelanggan.

Kemudian pada kondisi sekarang ini, dalam rangka melakukan perjalinan hubungan pemasaran dengan pelanggan maka pelaku usaha alangkah lebih baiknya bisa menunjukkan tingkat kepedulian pada konsumen yang sedang mengalami kesulitan pada masa wabah virus corona saat ini. Pelaku usaha bisa menunjukkan kepedulian yang juga memiliki tujuan dalam memasarkan produk.³²

Restoran Andayani juga sudah membangun pemasaran hubungan pelanggan dengan cara meningkatkan kepeduliannya atas wabah ini seperti memberikan promo atau skema *free* produk untuk kurir yang melaksanakan *delivery service* yakni dengan memanfaatkan platform. Pemilik Restoran Andayani memaparkan bahwasanya melalui pemanfaatan *platform delivery service* ini bisa membantu peningkatan pada saat pandemi.

Melalui cara tersebut bisa menciptakan kepercayaan konsumen serta membuat adanya *customer bonding*. Jadi pada saat pandemi ini, pelaku UMKM bukan hanya memikirkan diri sendirinya saja akan tetapi harus membangun hubungan pemasaran konsumen dengan menunjukkan kepedulian mereka serta berkaitan pada hal positif yang dilaksanakan oleh pelaku usaha. Bukan hanya itu saja, pelaku UMKM juga harus bisa melaksanakan janinan komunikasi dengan pelanggan pada beberapa media promosi yang mereka miliki dengan intensif, misalkan

³²Ibid, 96.

memberikan jawaban keluhan penjualan ataupun memberikan jawaban atas respon baik dari konsumen sehingga hal tersebut bisa mewujudkan customer engagement yang positif.

Bukan hanya itu saja, Restoran Andayani juga harus menerapkan strategi bisnis berdasar pada perspektif ekonomi islam yakni dengan mengikuti jejak Nabi Muhammad SAW yang sebelum beliau menjadi Rasul, beliau merupakan seorang entrepreneurship yang sukses. Adapun petunjuk dari Rasulullah SAW padahal etika bisnis yakni berkaitan dengan perilaku bisnis yang diperbolehkan serta perilaku bisnis yang tidak diperbolehkan. Adapun etika etika bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yakni:

a) *Siddiq* (Jujur)

Pada dunia bisnis tentunya kejujuran bisa diwujudkan pada bentuk kesungguhan serta ketetapan, entah itu ketetapan dari sisi janji, pelaporan, pelayanan hingga waktu bahkan mengakui kekurangan serta kelebihan tanpa adanya satu hal yang ditutup tutupi dan selanjutnya dilakukan perbaikan dengan terus menerus, kemudian juga harus menjauhkan diri dari perilaku kebohongan dan penipuan. Kejujuran pada bisnis bisa menjadi poin penting dikarenakan suatu nilai kerja nilainya akan nihil apabila tidak dibarengi dengan perilaku tidak jujur.

b) *Amanah* (Tanggung Jawab)

Amanah ini memiliki arti bisa dipercaya, dan memiliki tanggung jawab. Sementara untuk sifat amanah ini bisa diwujudkan pada sikap kejujuran, memberikan pelayanan optimal, keterbukaan serta is an dalam berbagai hal. Seorang pebisnis muslim harus memiliki sifat amanah. Hal itu terjadi dikarenakan sifat amanah ini bukan hanya untuk kepentingan muamalah saja akan tetapi berhubungan pada status iman suatu individu. Sikap menatap bertanggung jawab ini merupakan suatu hal yang penting dalam bisnis dan hal tersebut sudah dicontohkan oleh Nabi

Muhammad SAW pada saat Beliau melaksanakan aktivitas bisnisnya. Beliau selalu mengembalikan hak milik yang dimiliki oleh atasannya baik itu dalam bentuk hasil penjualan ataupun barang sisa.³³

c) *Fathanah* (Cerdas)

Fathanah dapat pula dikatakan sebagai intelektual kemudian kebijaksanaan ataupun kecerdikan. Di mana seorang pebisnis tentunya harus bisa paham kemudian menghayati sekaligus mengenal apa saja tugas sekaligus tanggung jawab mereka dengan baik. Melalui sifat tersebut maka pebisnis dapat menumbuhkan sebuah kreativitas serta kemampuan mereka dalam melaksanakan inovasi yang memiliki manfaat untuk perusahaan.

d) *Tabligh* (Komunikatif)

Tabligh mempunyai arti komunikatif serta argumentatif. Suatu individu yang mempunyai sifat ini tentunya akan bisa menyampaikan apa yang akan mereka sampaikan dengan benar melalui pemaparan yang tepat pula. Pebisnis juga harus bisa menyampaikan apa saja keunggulan dari produk mereka dengan menarik serta tepat pada sasarannya, namun tetap menerapkan kejujuran dan kebenarannya.³⁴

Begitupun dengan pemasaran syariah yang juga diimplementasikan melalui bisnis yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW. Kemudian dalam pemasaran seharian juga dikenalkan bagaimana berbisnis dengan kalbu (hati). Kaitan antara bisnis dan hati yang selamat dari keburukan ini memiliki hubungan yang erat. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwasanya seorang individu sebagai bumn bisnis dalam melaksanakan bisnisnya harus dilakukan dengan jujur dan hati yang bening supaya bisnis tersebut memiliki nilai mutu yang tinggi, mempunyai kualitas nilai

³³Siti Laeliah, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. (Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2017), 44.

³⁴Ibid, 45.

pelayanan yang tinggi, merek yang dapat dibangun dengan baik, hingga positioning yang akan tercipta dengan baik pada benak pelanggan, dan nantinya pelanggan akan mencintai pebisnis tersebut.³⁵

Berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan mengenai strategi Restoran Andayani Pamekasan dalam upaya meningkatkan pendapatan pada masa pandemi dalam perspektif ekonomi islam, ialah dengan cara menggunakan yang *pertama*, menerapkan teori *store atmosphere* yaitu selalu membuat suasana restoran menjadi lebih nyaman. Yang *kedua*, strategi *digital marketing* untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Strategi *digital marketing* digunakan oleh Restoran Andayani Pamekasan dikarenakan pengunjung yang sepi serta omset pendapatan yang mengalami penurunan dikarenakan adanya Pandemi Covid 19 di Indonesia.

Bentuk strategi *digital marketing* yang di lakukan oleh Restoran Andayani Pamekasan melalui cara promosi pada media sosial seperti halnya Grab Food, Go Food, Jasku serta lain sebagainya. Penjualan produk melalui media sosial dipilih oleh Restoran Andayani Pamekasan merupakan salah satu cara dalam mengatasi minimnya pengunjung dimasa Pandemi saat ini, dikarenakan seluruh aspek juga ikut mengalami dampak Pandemi Covid-19, oleh karenanya suatu hal yang paling mungkin yang bisa dilaksanakan yakni melalui penjualan produk makanan menggunakan *platform* media sosial yang ada. Melalui pemanfaatan platform digital ini, tentunya bisa mebanyu peningkatan pendapatan dimasa pandemi Covid-19.

Adapun strategi pemasaran islam yang digunakan ialah a). *Shiddiq* (jujur) seperti bahan-bahan yang digunakan memiliki kualitas yang tinggi, harga makanan sesuai dengan di buku menu. b). *Amanah* (dapat dipercaya), produk yang di jual bisa dipercaya keamanannya untuk dimakan oleh pelanggan pelanggan dan tentunya bersertifikasi halal. Contohnya, Restoran Andayani

³⁵Ibid, 45

mempunyai penyulingan air sendiri dikarenakan pemilik beranggapan bahwasanya pada Pulau Madura ini kadar kapirnya amat tinggi sehingga bisa dikonsumsi secara berkelanjutan dapat berefek kurang baik untuk kesehatan. c). *Fathanah* (cerdas), Restoran Andayani selalu melakukan inovasi dalam penjualan produk makanannya supaya pelanggan tidak mempunyai rasa bosan akan produk makanan yang dijualnya. d). *Tabligh* (komunikatif), Restoran Andayani selalu bertanggung jawab atas kualitas produk makanan yang dijualnya terhadap semua pelanggan. Jika ada salah satu pelanggan yang mengkritik mengenai makanan, maka mereka menerapkan kebijakan gratis.