

STRATEGI KELANGSUNGAN USAHA ANGKRINGAN DI KOTA DENPASAR PADA MASA PANDEMI COVID-19

Dewi Supiyanti Marpaung¹⁾, I Gusti Putu Bagus Suka Arjawa²⁾, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: dewimarpaung2000@gmail.com¹⁾, suka_arjawa@yahoo.com²⁾, anggitasastrimahadewi@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Angkringan business actors as part of the social community feel the disharmony of norms during the Covid-19 Pandemic. Rational choice theory tries to analyze the defensive strategies of angkringan business actors in dealing with this phenomenon. The research method used is a qualitative research method with a descriptive and explanatory approach. The results of the study indicate that the application of related legal regulations in order to break the chain of the spread of Covid-19 in Indonesia has a significant impact on angkringan business actors in Denpasar City. Angkringan business actors need to implement strategies based on logical thinking by considering the resources they have to be more creative and innovative in maintaining the continuity of the angkringan culinary business strategy in Denpasar. This research is expected to help angkringan business actors and other social communities in dealing with the impacts caused by the Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19, Angkringan, Strategy

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan usaha kuliner disebabkan oleh makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan utama manusia yang wajib terpenuhi setiap harinya, sehingga keberadaan usaha makanan akan terus tumbuh dan berkembang. A.A Maslow (dalam Afika, 2021: 1). Banyak opsi yang bisa dipilih untuk menjalankan sebuah usaha kuliner. Salah satunya yang banyak menarik perhatian adalah usaha kuliner berbentuk angkringan.

Istilah angkringan berasal dari kata angkring dan nangkring, menurut kamus besar bahasa Jawa angkring berarti gerobak memakai pikulan untuk menjajakan makanan, sedangkan nangkring berarti duduk berjongkok dengan kedua lutut terlipat. Kemudian kegiatan

nongk/rong atau berkunjung ke angkringan disebut ngangkring (Tjipto, dkk 2012: 25). Bentuk fisik angkringan adalah gerobak dorong agak panjang dan menjajakan beragam jajanan tradisional dan makanan ringan dengan harga terjangkau.

Angkringan pertama kali di prakasai oleh Eyang Karso Dikrimo atau yang biasanya dipanggil Jakut atau Mbah Wiryo dari Solo. Lahirnya angkringan dikarenakan meninggalnya ayah dari Mbah Karso Jukut sehingga sebagai anak sulung ia harus bertanggung jawab dalam mehidupi keluarganya. Mbah jakut memilih untuk merantau ke Solo dari Klaten dan bertemu dengan Mbah Wiryo kemudian mereka berjualan bersama. Awalnya mereka hanya menjajakan makanan, lama kelamaan Mbah Karso mendapatkan ide agar pembeli bisa melegar dahaga saat

makan. Mbah Karso serta Mbah Wiryo setuju melakukan modifikasi pikulan jualannya. Dari berdagang menggunakan pikulan inilah Mbah Karso mengajak masyarakat dari Desa Ngerangan Klaten agar turut berdagang seperti dirinya. Dulu angkringan yang sekadar menjual terikan kemudian ditambahkan pula makanan semacam jadah (ketan) bakar, ketela pohon, getuk, kacang serta berbagai macam sate. Beragam jenis lauk itu dimasukkan di wadah dari daun pisang dikatakan sebagai takir. Tidak hanya berbagai macam lauk, pun ada tambahan nasi kucing, kedatangan nasi kucing ini setelah itu menggeser pamor terikan (Qomaria, 2015: 30).

Terdapat klasifikasi terhadap angkringan yang paling dikenal di Indonesia, yaitu angkringan Yogyakarta, Solo dan Surabaya. Angkringan Yogyakarta memiliki menu khusus yang sangat ikonik, yaitu kopi jos. Menu ini jarang ditemui di daerah lain selain di Yogyakarta. Selanjutnya ada angkringan Solo yang biasa disebut sebagai *hik* atau wedangan. Angkringan Solo terkenal dengan wedang teh sebagai menu andalannya. Wedang teh ini seakan mencirikan dari angkringan Solo itu sendiri. Dan yang terakhir adalah angkringan Surabaya.

Angkringan Surabaya kebanyakan berbentuk menyerupai warung kopi atau kafe. Berbeda dengan dua angkringan sebelumnya yang berbentuk gerobak, angkringan Surabaya menggunakan perbedaan ini sebagai ciri khasnya. Ketiga jenis angkringan ini yang paling dikenal di Indonesia (Indrawati, 2012: 31).

Penyebaran angkringan di Indonesia sangat dipengaruhi oleh ketiga jenis angkringan yang sebelumnya dipaparkan. Pada dasarnya, angkringan menjajakan dagangan beragam jenis makanan maupun minuman berharga yang terjangkau disertai dengan *live music* yang konsepnya mengikuti perkembangan zaman agar lebih kekinian, selain itu juga dibarengi dengan fasilitas *wifi* gratis yang bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen.

Angkringan di Kota Denpasar berbentuk seperti kaki lima dengan gerobak dorong dilengkapi dengan karpet dan meja untuk para pengunjung duduk secara lesehan, terdapat juga angkringan yang dilengkapi dengan meja dan kursi tinggi dengan iringan musik yang mengikuti perkembangan zaman. Selain itu beberapa angkringan di Kota Denpasar juga memberikan fasilitas *wifi* yang menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat khususnya anak muda karena disamping untuk makan, angkringan dapat dijadikan lokasi untuk nongkrong atau bermain *game*.

Dilansir dari Tribun Bali.com (2019) angkringan di Kota Denpasar banyak ditemui di sekitar Teuku Umar, Gatot Subroto, Mahendradatta, Tukad Barito, jalan Gajah Mada dan jalan Diponegoro. Menu angkringan sangat beragam seperti jenis angkringan makanan yang menjual aneka makanan seperti nasi jingo, nasi bakar, sate-satean, soto, cemilan, gorengan, *pudding*, dimsum dan kentang goreng. Angkringan minuman yang menjual berbagai jenis minuman seperti kopi, susu, dan bandrek dengan harga sangat

ekonomis. Angkringan memiliki menu yang sederhana dengan harga yang terjangkau sehingga menjadikannya lokasi makan, minum dan nongkrong yang digemari oleh masyarakat Kota Denpasar khususnya anak-anak muda dan orang-orang dewasa.

Pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) tentu saja memberikan dampak yang besar bagi seluruh pelaku usaha di Kota Denpasar, seiring berjalannya waktu para pelaku usaha angkringan mulai menjalankan beberapa strategi dalam menyikapi PPKM tersebut. Beberapa strategi pelaku usaha angkringan tersebut terbukti cukup berhasil dengan kembali ramainya beberapa angkringan di Kota Denpasar. Dalam penerapannya saat ini, para pelaku usaha tersebut tetap menjalankan protokol kesehatan selaras terhadap Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 23- 24 Tahun 2021 mengenai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Untuk Pengendalian Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid- 19).

Para pelaku usaha angkringan sediakan bermacam alat mencegah covid-19, melaksanakan aturan menjaga jarak setidaknya satu meter serta melempangkan patuh sikap warga yang berisiko pada penjangkitan Covid-19 meskipun sedang ramai pengunjung. Pelaku usaha angkringan tidak semua berhasil melakukan starteginya dalam menyikapi peraturan (PPKM) tersebut, maka dari itu strategi bertahan sangat diperlukan bagi pelaku usaha khususnya para pelaku usaha angkringan agar dapat terus

bertahan ditengah situasi pandemi Covid-19.

Pelaku usaha secara tidak langsung dituntut untuk lebih berfikir kreatif dan terbuka dalam mempromosikan usaha yang dimiliki agar dapat terus bertahan. Maka penulis tertarik melakukan kajian lebih jauh dalam penelitian yang berjudul *Strategi kelangsungan usaha angkringan di Kota Denpasar pada masa pandemi Covid-19*. Penulis kemudian ingin spesifik melihat dampak yang dirasakan para pelaku usaha angkringan di masa pandemi Covid-19 dan bagaimana strategi- strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar dalam menghadapi masa pandemi Covid-19 di Kota Denpasar.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pada penelitian “Strategi Kelangsungan Usaha Angkringan di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid- 19” ini. Peneliti menggunakan empat penelitian terdahulu yang relevan dan berhubungan dengan topic penelitian yang dijadikan sebagai referensi dan perbandingan.

Penelitian pertama dari Wan Laura Hardilawati (2020) dengan judul *Strategi Bertahan Hidup UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Pada riset ini menarangkan kalau endemi Covid- 19 yang terjaln berakibat kepada ketidakstabilan perekonomian paling utama UMKM. Suatu akibat yang dialami ialah penyusutan omset penjualan disebabkan terdapatnya imbauan serta penerapan PSBB oleh pemerintah. PSBB yang mengharuskan masyarakat untuk tetap berada di rumah membuat sebagian besar pelaku UMKM berhenti beroperasi untuk sementara waktu. Penelitian ini

menyajikan strategi bertahan yang dapat dilakukan UMKM selama pandemi Covid-19 berlangsung diantaranya yaitu, melakukan penjualan melalui *e-commerce*. Melakukan pemasaran produk melalui *digital marketing* untuk menjangkau lebih banyak konsumen

Penelitian kedua dilaksanakan oleh Suryadi, A Humam Hamid & Agussabti (2013) yang berjudul *Strategi Bertahan Hidup Petani Kopi Pasca Konflik (Studi kasus di Kecamatan Kute Panang kabupaten Aceh Tengah)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bertahan hidup yang digunakan petani kopi di Kabupaten Kute Panang pasca konflik Aceh Tengah dan faktor yang dominan terhadap strategi yang digunakan oleh petani. Petani kopi bertahan hidup menggunakan strategi patronase, strategi produksi, strategi akumulasi, strategi solidaritas vertikal, strategi manipulasi komoditas, strategi berhutang, strategi migrasi temporer, strategi serabutan. Faktor internal dan faktor eksternal menjadi dua faktor yang membuat para petani tetap bertahan hidup dengan beberapa strategi. Faktor internalnya ialah terdapatnya kesadaran tanaman produksi sifatnya musiman, keterbatasan lapangan kerja serta minimnya total pemasukan pula pengeluaran buat kebutuhan. Faktor eksternalnya sendiri berasal dari dukungan keluarga dan tetangga.

Penelitian ketiga dari Muhamad Khoirul Fajri (2021) yang berjudul *Strategi Kelangsungan Kedai Kopi di Surakarta pada Masa Pandemi Covid-19*. Penelitian ini riset berikut mempergunakan pendekatan kualitatif berjenis riset

deskriptif-eksplanatif. Penelitian ini mengkaji mengenai strategi keberlangsungan kedai kopi di Kota Surakarta selama pandemi covid-19. Berdasarkan hasil penelitian ini, diperlukan sebuah strategi yang tepat untuk menjaga keberlangsungan kedai kopi saat pandemi sekarang. Beberapa strategi yang digunakan kedai kopi di Kota Surakarta seperti promo diskon dan paket bundling, penerapan shift kerja karyawan, penambahan menu baru dan edukasi kopi melalui media sosial kepada konsumen. Bahkan beberapa strategi dinilai mampu mengurangi beban kedai kopi saat pandemi yang dirasa terlampau berat jika dibandingkan kondisi normal. Salah satu strategi yang berhasil menarik konsumen yaitu pemberian diskon dan juga paket *bundling*. Dalam penelitian ini juga menjelaskan dampak dari adanya pandemi Covid-19 terhadap keberlangsungan kedai kopi seperti penurunan penjualan, pembatasan dan penurunan jumlah pengunjung juga pembatasan jam operasional.

Penelitian ketempat dari Rintan Saragih & Duma Megaria Elisabeth (2020) yang berjudul *Kewirausahaan Sosial Dibalik Pandemi Covid-19: Penelusuran Profil dan Strategi Bertahan*. Penelitian ini menyebutkan bahawa fungsi wirausaha sosial yang merupakan suatu kepada permasalahan sosial hadapi tekanan dampak endemi Covid-19 yang berdampak kepada penyusutan profit yang diprediksi menggapai 70%. Adanya penurunan omset akibat pandemi Covid-19 pada wirausaha ini mengakibatkan dirumahnya

masyarakat yang terlibat. Perlunya dukungan pemerintah terhadap keberlangsungan wirausaha sosial akibat ketidakpastian sampai kapan pandemi Covid-19 ada. Selain dukungan pemerintah, strategi alternatif sangat diperlukan untuk menjaga wirausaha sosial tetap bertahan di tengah-tengah pandemi Covid-19.

Terdapat dua unsur penting dalam teori ini yakni aktor dan sumber daya. Aktor di sini diartikan sebagai individu, aktor tersebut ialah pelaku usaha angkringan yang ada di Kota Denpasar, sementara sumber daya merupakan suatu yang hal yang memicu atensi serta yang bisa diawasi oleh aktor, sumber daya yang diartikan merupakan suatu yang menarik atensi individu lainnya serta dikendalikan oleh si aktor. Sumber daya yang diartikan pada riset ini merupakan strategi dan inovasi yang dilakukan pemilik usaha angkringan untuk menarik perhatian konsumen yang di kendalikan oleh aktor (Ritzer dan Goodman, 2008: 394).

Di dalam penelitian ini dijelaskan bahwa, pertama kelangkaan sumber daya, dimana hal ini sesuai dengan keadaan pada penelitian ini yaitu ditengah kondisi pandemi mempengaruhi operasional usaha angkringan yang masih menggunakan strategi pada kondisi normal, untuk itu strategi dan inovasi baru yang cocok diterapkan selama pandemi. Sumber kedua ialah pembatas kepada tindakan orang merupakan lembaga-lembaga. Berbagai pembatas kelembagaan itu membagikan hukuman secara positif ataupun negatif yang menunjang mendorong berbagai

tindakan khusus serta meminimalisir antusias agar melaksanakan tindakan yang lainnya. Di dalam hal ini dijelaskan bahwa kedua yaitu pembatas pada tindakan individu adalah lembaga-lembaga, dimana dalam penelitian ini peran pelaku pemilik usaha angkringan sebagai aktor dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh hal-hal lain di luar dirinya seperti halnya peraturan pemerintah yang membatasi kegiatan masyarakat (PPKM) di luar pada pandemi ini yang tentunya mempengaruhi keberadaan usaha angkringan.

Menurut Zeitlin (dalam Nugroho & Kamajaya, 2021: 10) dalam proses pilihan rasional terdapat lima tahapan krusial yang harus diperhatikan oleh setiap aktor di antaranya yakni, menentukan prioritas, menimbang sumber daya yang dimiliki, menyeleksi pilihan yang tersedia, menimbang berhasil tidaknya tindakan yang dilakukan serta melakukan pertukaran sumber daya yang dimiliki dengan pihak lain. Melalui kelima tahapan krusial tersebut, dalam fenomena kuliner angkringan, para pelaku usaha angkringan tentunya telah menghadapi berbagai macam pilihan yang tentunya diseleksi, sehingga mendapatkan tindakan yang paling tepat guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahap- tahap ini merupakan bagian dari bentuk atau proses bagaimana pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar menentukan pilihan strategi yang tepat dengan menyesuaikan pada usaha angkringannya yang dimiliki dengan tujuan bertahannya usaha dalam pandemi Covid- 19.

Dengan menggunakan teori pilihan

rasional oleh James S Coleman dapat membantu menelaah permasalahan yang dihadapi oleh usaha angkringan di Kota Denpasar yaitu dengan menggunakan konsep manajemen strategi sehingga hasil peneliti dapat mendeskripsikan strategi atau teknik yang diterapkan oleh para pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar pada masa pandemi Covid- 19.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dianggap sesuai untuk mendeskripsikan bagaimana strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar dalam menjalankan usaha pada masa pandemi Covid-19. Sehingga hasil penelitian mampu memaparkan deskripsi data yang baik dan benar serta cukup jelas dan akurat.

Lebih lanjut, jenis data deskriptif dipilih karena nantinya mampu memberi gambaran keadaan serta peristiwa yang ada di lapangan secara runtut dan terperinci. Oleh karenanya penelitian deskriptif ini dirasa tepat karena penelitian berupaya untuk menjabarkan dan memaparkan bagaimana dampak yang pandemi Covid-19 bagi usaha angkringan di Kota Denpasar. Sedangkan penelitian eksplanatif digunakan untuk memberikan penjelasan pada suatu fenomena yang ada (Moleong, 2014: 257). Dalam penelitian ini, jenis eksplanatif dibutuhkan untuk mengetahui mengenai strategi bertahan yang dilakukan oleh pemilik usaha angkringan di Kota Denpasar pada masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini berusaha menggali serta memaparkan strategi bertahan hidup usaha angkringan di Kota Denpasar pada

masa pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data ini diperoleh melalui proses teknik pengumpulan data seperti wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip). Data kualitatif memiliki bentuk lain berupa gambar atau rekaman video (Siyoto, 2015: 68). Data dalam penelitian ini didapatkan dengan melakukan wawancara kepada informan yang merasakan atau mengalami fenomena yang sedang diteliti. Data yang didapatkan berupa kata atau kalimat yang disampaikan oleh informan. Selain data kualitatif, penelitian ini turut menggunakan data kuantitatif sebagai data tambahan serta pendukung data yang di peroleh dari berbagai tulisan, jurnal, skripsi, tesis, disertasi, artikel, maupun data-data lain yang berkaitan dengan strategi kelangsungan usaha angkringan di Kota Denpasar pada masa pandemic Covid-19.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori Pilihan Rasional oleh James Samuel Coleman mengindikasikan sebuah tindakan yang dilakukan oleh individu atau badan sebagai suatu struktur sosial. Dalam korelasinya dengan karya tulis ini, suatu tindakan dilakukan oleh pemerintah dalam menerapkan regulasi dengan harapan dapat memutus rantai penyebaran Covid-19. Dalam menentukan strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar memiliki keterkaitan dengan titik kelemahan dan kelebihan usaha pada situasi pandemi Covid-19. Kelemahan dan

kelebihan tersebut dapat dianalisis oleh penulis berdasarkan analisis SWOT. Menurut Jogiyanto (dalam Alyah Arfianti, 2017: 3), SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Analisis SWOT bertujuan untuk menilai serta memperjelas kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan serta kesempatan dan tantangan yang dihadapi perusahaan sehingga mendapatkan rekomendasi langkah yang akan diterapkan.

Kekuatan (*Strength*), dalam menjalankan usaha angkringan di Kota Denpasar, maka secara langsung pelaku usaha memiliki sumber daya yang dijadikan sebagai tombak mata pencaharian. Melalui realisasi terhadap angkringan di kota Denpasar, sebagian besar angkringan tersebut menggunakan filosofi Jogja sebagai landasan usahanya. Dalam hal ini, menggunakan filosofi Jogja terhadap suatu angkringan menjadi nilai tambahan yang dapat menunjang perkembangan angkringan tersebut. Kehadiran angkringan menjadi wajah alternatif bagi orang-orang ketika memiliki keuangan pada taraf menengah kebawah tapi ingin bersosialisasi dengan orang lain. Peran ini juga menjadi nilai lain yang bisa menjadikan angkringan sebagai tempat yang sangat dicari oleh banyak orang. Angkringan juga menyajikan menu makanan dan minuman yang sangat kreatif. Kreatifitas ini yang sering kali membuat orang semakin penasaran untuk melihat

angkringan tersebut. Pemilihan dan penataan lokasi angkringan juga menjadi tolak ukur khusus yang tentunya dapat meningkatkan nilai komersial dari angkringan tersebut. Beberapa hal unik sebagai penunjang perkembangan sebuah angkringan juga ditemukan pada angkringan di kota Denpasar. Hal-hal unik tersebut seperti misalnya penggunaan teko tanah liat seperti angkringan 46 Jogja dan JAPS AND BRATSTYLE INDONESIA (JBI) yang sangat langka ditemukan lagi penggunaanya di kota Denpasar. Penggunaan tema klasik dan motor juga dinilai sebagai ide kreatif yang bisa dijumpai pada angkringan Remajja dan JAPS AND BRATSTYLE INDONESIA (JBI) sehingga kedua angkringan ini memiliki laju pemasaran khusus yaitu komunitas motor klasik. Angkringan 46 Jogja juga memiliki kekuatan dalam nilai otentik terhadap budaya Jogja yang kental dan diterapkan secara langsung sehingga menimbulkan suasana yang hangat seperti berada langsung di Jogja. Angkringan Remajja, Bar-Bar dan Om Panjul yang menyungung tema angkringan solo juga memiliki kekuatan dalam distrbusi rempah juga wedangan di angkringannya yang dianggap sulit ditemui di penjaja makanan lain di Kota ini. Beberapa contoh diatas adalah realisasi nyata dari sebuah kekuatan dalam membangun sebuah usaha dan bagaimana cara memepertahankan usaha tersebut.

Kelemahan (*Weaknesses*), cita rasa yang bededa dimana sebagian dari informan yaitu pengusaha angkringan berasal dari luar daerah Bali sehingga perlu menyesuaikan terhadap selera

masayarakat dominan yang berada di daerah tersebut. Angkringan di kota Denpasar memang memiliki banyak keunggulan dibanding penjaja makanan lain, akan tetapi angkringan di kota Denpasar memiliki hambatan ketika melakukan penyesuaian cita rasa makanan Jogja yang cenderung manis dengan cita rasa makanan lokal yang cenderung berbanding terbalik. Pengenalan menu makanan yang diwarnai oleh kolaborasi rempah-rempah tradisional ditengah konsumsi modern seperti saat ini juga menjadi sesuatu hal yang perlu mendapat perhatian khusus. Hambatan-hambatan tersebut secara umum bisa diatasi seiring dengan berjalannya waktu dan pengenalan yang intens melalui pelaku usaha angkringan terhadap pengunjung.

Peluang (*Opportunities*), memiliki usaha angkringan di pusat kota yaitu Kota Denpasar menjadi salah satu point lebih dalam menjalankan usaha angkringan bagi para pelaku usaha di Kota Denpasar. Angkringan di Kota Denpasar dinilai memiliki peluang yang cukup besar untuk bersaing dengan usaha makanan lain di Kota Denpasar. Hal ini disebabkan karena angkringan cenderung memiliki harga yang lebih murah dan cita rasa tinggi. Masyarakat umum pada akhirnya akan memilih sesuatu yang memiliki nilai setinggi-tingginya dengan upaya yang serendah-rendahnya. Ketika timbul stigma seperti itu, maka angkringan bisa dijadikan solusi yang tepat.

Ancaman (*Threats*), pandemi Covid-19 merupakan salah satu ancaman yang dihadapi oleh pelaku angkringan.

Pasalnya, upaya penanggulangan Covid-19 seperti pembatasan mobilisasi masyarakat dan menghindari kerumunan secara langsung mengurangi pengunjung pada usaha angkringan di Kota Denpasar yang selanjutnya mengancam perekonomian pelaku usaha di Kota Denpasar. Tingginya potensi angkringan di Kota Denpasar secara tidak langsung melahirkan tantangan baru bagi pelaku usaha baru. Dengan maraknya kuantitas angkringan di Kota Denpasar, maka akan semakin tinggi pula persaingan yang terjadi. Ketika pelaku usaha angkringan selama menjalankan usaha angkringannya tidak bisa menyadari hal tersebut, maka akan lahir sebuah ancaman yaitu mengalami kerugian dengan skala kecil hingga skala besar. Tahap pertama yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu menentukan letak prioritas. Dalam konteks ini, pada masa pandemi Covid-19 pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar lebih memprioritaskan pemasukan ekonomi untuk bertahan hidup dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Pada umumnya sebagian besar pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar mengakui bahwa sulit untuk mencukupi kebutuhan hidup apabila tidak bekerja. Seperti yang di utarakan salah satu informan yaitu Daniel Febrianto selaku pemilik angkringan 46 Jogja sebelum pandemi Covid-19 dimana beliau mampu memenuhi kebutuhan hidup melalui usaha angkringan tersebut, namun pada saat pandemi Covid-19 untuk memenuhi kebutuhan hidup harus di kurangi seperti hanya membeli yang seperlunya saja. Mempertahankan kondisi

finansial usaha merupakan prioritas yang paling penting selama Pandemi Covid-19.

Prioritas disini adalah bagaimana agar penjualan dapat dilangsungkan sekalipun terdapat beberapa regulasi yang terkesan menyumbat laju pertumbuhan angkringan tersebut. Kesejahteraan karyawan juga menjadi faktor penting sebagai prioritas karena dengan keadaan mental yang buruk, pekerjaan tidak akan terselesaikan. Penentuan prioritas ini dapat dijumpai pada angkringan 46 Jogja, Bar-Bar dan Om Panjul yang telah mempertimbangkan untuk melakukan pengurangan pegawai dengan harapan anggaran pegawai tersebut dapat menunjang modal produksi dagangan serta promosi terhadap masyarakat secara luas. Angkringan Remaja dan JAPS AND BRATSTYLE INDONESIA (JBI) justru memilih langkah sebaliknya dengan tetap mempertahankan mobilitas pegawai guna melakukan promosi dan diskusi ide kreatif untuk bisa menunjang penjualannya.

Tahap kedua yaitu menimbang sumber daya yang dimiliki. Selama menjalankan usaha, sumberdaya yang dimaksud adalah usaha angkringan 46 Jogja ialah modal, menu enak, karyawan, usaha angkringan, fasilitas live music dan gedung. Angkringan Remaja memiliki sumberdaya tabungan, fasilitas, karyawan dan gedung. Angkringan Bar-Bar memiliki sumberdaya modal, fasilitas live musik dan karyawan. Angkringan Om Panjul memiliki sumberdaya menu yang enak, modal, gedung, live music. Angkringan JBI (JAPS BRYSTYLE INDONESIA) memiliki sumberdaya tabungan, gedung, menu dan

karyawan. Oleh karena itu, dalam menjalankan usaha khususnya usaha angkringan para pelaku usaha perlu mempertimbangkan usaha yang dijalankannya terhadap situasi dan kondisi yang ada dilapangan tersebut mampu memberikan gambaran terkait usaha yang dijalankan.

Tahap ketiga yaitu seleksi aktor terhadap berbagai pilihan yang tersedia atau yang memungkinkan. Berkurangnya jumlah pelanggan akibat pandemi Covid-19 membawa dampak buruk bagi Pendapatan pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar. Pasalnya usaha angkringan bergantung pada aktivitas mobilitas masyarakat yang dimana masyarakat sendiri merupakan pelanggan yang diharapkan. Melihat situasi yang demikian, pelaku usaha angkringan mengolah strategi dalam menjalankan usaha pada masa pandemi Covid-19. Pelaku usaha angkringan di kota Denpasar melakukan mengelola strategi dalam menjalankan usahanya pada masa pandemi Covid- 19. Beberapa strategi yang diterapkan para pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar. Angkringan 46 Jogja, angkringan Om panjul dan angkringan Bar-Bar menerapkan pengurangan jumlah karyawan pada usaha angkringannya, yang dimana jumlah karyawan pada usaha angkringan 46 Jogja awalnya sebelum adanya pandemi Covid-19 yakni enam orang, angkringan Om Panjul awalnya memiliki karyawan sebanyak lima orang namun, ketika adanya pandemi Covid- 19 angkringan om panjul tidak mampu lagi untuk membayar pegawai kemudian ia memanfaatkan beberapa keluarganya,

selanjutnya angkringan Bar- Bar sebelum adanya pandemi Covid- 19 angkringan tersebut memiliki pegawai sebanyak lima orang akan tetapi setelah adanya pandemi ia melakukan pengurangan pegawai menjadi satu orang saja. setelah pengurangan jumlah pegawai, maka karyawan usaha angkringan 46 Jogja hanya tiga orang. Pengurangan jumlah karyawan merupakan upaya untuk menyesuaikan keadaan usaha angkringan dengan keberlangsungan kegiatan usaha penginapan dan menjadi jalan alternative untuk usaha angkringan dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Kebijakan PPKM bagi sektor usaha makanan dan minuman :

1. PPKM Level 1 : Pekerjaan non-Esensial 75% bekerja di kantor (*Work From House/ WFO*) bila telah divaksin, pasar masyarakat tidak hanya keperluan tiap hari dapat buka berkapasitas 75%, PKL, tukang cukur serta sejenisnya dapat buka hingga jam 20.00. Warung makan, PKL, lapak jajanan di ruangan terbuka bisa berfungsi berkapasitas 75% serta buka sampai jam 21.00. Sedangkan wisatawan yang makan di tempat diberikan durasi 30 menit, restoran di ruangan tertutup dapat buka berkapasitas 75%.

2. PPKM Level 2 : Pekerjaan non-Esensial 50% bekerja di kantor (WFO) bila telah divaksin, Pasar masyarakat tidak hanya keperluan tiap hari dapat buka berkapasitas 75%, PKL, tukang cukur serta sejenisnya dapat buka hingga jam 20.00, Warung makan, PKL, lapak jajanan di ruangan terbuka bisa bekerja berkapasitas

50% serta buka sampai jam 20.00. Sedangkan pengunjung yang makan di tempat diberikan durasi 30 menit, Restoran di ruangan tertutup dapat buka berkapasitas 50%.

3. PPKM Level 3 : Pekerjaan non-Esensial kerja dari rumah (WFH). Pasar masyarakat tidak hanya keperluan tiap hari dapat buka berkapasitas 50% serta tutup jam 15. 00. PKL, tukang cukur serta sejenisnya dapat buka hingga jam 20.00. Warung makan, PKL, lapak jajanan di ruangan terbuka bisa bekerja berkapasitas 25% serta buka sampai jam 20.00. Sedangkan pengunjung yang makan di tempat diberikan durasi 30

4. PPKM Level 4 : Pekerjaan non-Esensial kerja dari rumah WFH. Pasar masyarakat tidak hanya keperluan tiap hari dapat buka berkapasitas 25% serta tutup jam 15.00. PKL, tukang cukur serta semacamnya dapat buka hingga jam 20.00. Warung makan, PKL, lapak jajanan di ruangan terbuka bisa bekerja berkapasitas maksimum 3 orang serta buka sampai jam 20.00. Sedangkan yang makan di tempat diberikan durasi 30 menit. Restoran di ruangan tertutup cuma melayani *take away/delivery* (Nugroho, 2022: 6- 7).

Strategi lainnya yang diterapkan usaha angkringan di Kota Denpasar adalah promosi secara online maupun offline. Promosi merupakan salah satu pilihan bagi pelaku usaha untuk keberlangsungan usaha. Menurut Tjiptono (dalam Prasetio & Laturette, 2017: 336), kelima angkringan di Kota Denpasar yaitu angkringan 46 Jogja, Remajja, Bar- Bar, Om Panjul dan JBI (JAPS BRISTYLE INDONESIA)

menerapkan strategi promosi secara online di media sosial seperti Instagram, FB, Tiktok dan Youtube dengan mengunggah gambar dan video menarik terkait apa saja yang diujakan pada usaha angkringannya. Angkringan yang menerapkan promosi secara offline ialah angkringan Remaja dan Angkringan Bar- Bar menerapkan promosi secara offline seperti potongan harga atau *discount* sebesar 5-10% dan angkringan Bar- Bar menerapkan promosi secara offline yakni *free sale* setiap pengunjung yang melakukan pembelian sebesar Rp. 20.000 akan mendapatkan satu tusuk sate-satean. Strategi ini diterapkan guna mempertahankan kelangsungan usaha angkringannya pada masa pandemi Covid-19.

Strategi keberlangsungan usaha juga diterapkan oleh usaha angkringan 46 Jogja dan angkringan Om Panjul yaitu mendaftarkan usahanya pada platform grab dan Gojek. Menurut Sudewi & Khodijah (dalam Ahmad, dkk: 2021), *delivery* merupakan sistem pemasaran suatu produk dimana penjual melakukan pengantaran barang yang dipesan oleh pembeli sehingga konsumen tidak perlu mendatangi lokasi penjual. Sistem pemasaran ini dinilai efektif sehingga mempermudah transaksi jual beli. Selain itu sistem ini mampu mengurangi kontak erat sehingga strategi ini termasuk salah satu cara masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan pada masa pandemi Covid-19.

Tahap ke empat yaitu menimbang berhasil-tidaknya tindakan yang dilakukan. Pada masa pandemi Covid-19, hasil dari sumber daya yang dimiliki oleh pelaku

usaha angkringan di Kota Denpasar tidak seperti yang diharapkan. Cara alternatif yang diterapkan oleh pelaku usaha angkringan untuk kelanjutan aktivitas usaha walaupun dalam kondisi yang kurang stabil serta keberhasilan strategi yang dijalankan tidak semaksimal pendapatan sebelum adanya pandemi Covid-19. Bahwa usaha dalam bidang akomodasi usaha tidak lepas dari adanya kewajiban kepada negara. Kewajiban yang dimaksud disini adalah pembayaran pajak sebagai kontribusi kepada negara, sehingga dari beberapa pilihan strategi yang ditawarkan kepada pelaku usaha angkringan dan dijalankan usaha angkringan dianggap pilihan yang terbaik walaupun pendapatan tidak semaksimal sebelum adanya pandemi Covid-19. Kewajiban akan pembayaran tersebut menjadi salah satu alasan bagi para pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar untuk bertahan walaupun pendapatan selama pandemi Covid-19. Setelah melalui proses yang cukup serius, kelima angkringan di Kota Denpasar dihadapkan pada keharusan mengambil keputusan. Kelima angkringan di Kota Denpasar tersebut dituntut untuk mampu membuktikan persentase keberhasilan strategi mereka melalui demo langsung. Angkringan Remaja dan Bar-Bar melakukan demo potongan harga sebesar 5-10% dan pembelian gratis untuk menarik perhatian pengunjung. Angkringan

Tahap ke lima adalah melakukan pertukaran sumberdaya yang dimiliki dengan pihak lain. Tidak sedikit pelaku usaha angkringan khususnya golongan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

mengalami keterpurukan walaupun telah menerapkan strategi usaha pada masa pandemi Covid-19. Permasalahan tersebut diatasi oleh pelaku usaha angkringan di Kota Denpasar dengan cara lain yaitu menambah sumber pendapatan. Seperti angkringan 46 Jogja melakukan pertukaran sumberdaya dengan pihak lain yakni dengan mensuplai makan kepada angkringan- angkringan lainnya untuk menambah modal dan demi mempertahankan keberlangsungan usahanya. kemudian kelima usaha yaitu angkringan 46 Jogja, Remajja, Bar- Bar, Om Panjul dan JBI (JAPS BRISTYLE INDONESIA) melakukan pertukan sumberdaya dengan pihak lain di media sosial dengan membayar pihak lain dengan modal yang ia punya dan kemudian benefitnya usaha angkringan mereka di promosikan untuk menarik pada pengunjung agar datang untuk membeli makanan yang di jajakan pada usaha angkringannya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi kelangsungan usaha angkringan di Kota Denpasar pada masa pandemi Covid- 19, peneliti dapat memberikan kesimpulan berdasarkan rumusan masalah sebelumnya.

Dampak yang ditimbulkan Pandemi Covid-19 terhadap angkringan di Kota Denpasar dinilai sangat merugikan oleh para pelaku usaha angkringan tersebut. Secara umum Pandemi Covid-19 mempengaruhi stabilisasi perekonomian angkringan di Kota Denpasar. Pandemi

Covid-19 mengakibatkan menurunnya angka pengunjung yang datang ke angkringan di Kota Denpasar. Menurunnya angka pengunjung ini mengakibatkan situasi yang semakin memburuk kelangsungan angkringan di Kota Denpasar. Situasi buruk tersebut antara lain adalah penutupan beberapa cabang angkringan di Kota Denpasar, penggunaan dana pribadi untuk memepertahankan kelangsungan angkringan tersebut selama Pandemi Covid-19, mengalami kerugian secara materi, berhutang demi mempertahankan kelangsungan usaha angkringan tersebut, menjual kendaraan pribadi agar bisa menopang kelangsungan angkringan tersebut. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, dapat diketahui bahwa dampak ekonomi merupakan dampak yang paling dirasa berpengaruh terhadap angkringan di Kota Denpasar dan tidak jarang sampai mengakibatkan kebangkrutan.

Dalam rangka mempertahankan kelangsungan usaha angkringan di Kota Denpasar, diperlukannya strategi bertahan untuk merealisasi hal tersebut. Strategi bertahan yang diterapkan angkringan di Kota Denpasar antara lain adalah melakukan promosi pada media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube, pemotongan jumlah karyawan, memanfaatkan inovasi mendaftarkan *platform digital* pada mitra Grabfood dan Gofood, membuka layanan catering,menjajakan menu makanan secara *door to door*, untuk melakukan promosi secara *offline*, mengadakan potongan harga produk dan *Free sale*. Setiap strategi

bertahan tersebut dapat dijalankan dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan mempertimbangkan setiap kemungkinan yang bisa terjadi atas strategi bertahan tersebut.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ahmad. 2020. *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Moleong, Lexy. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George & Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi Modern*. Diterjemahkan oleh Alamandan. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, Sandu., M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.

Jurnal online :

- Hardilawati, Wan Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. universitas Muhammadiyah Riau. 10(1). Hal 89-98. Diunduh Pada 19 Desember 2021, dari <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Nugroho, Wahyu Budi & Gede Kamajaya. 2021. Dilema Usaha Rasional Wirausaha Muda di Denpasar. *Jurnal Sosiologi Nusantara*. Vol.7 No.1. Diunduh pada 7 September 2021, dari <https://ejournal.unib.ac.id>
- Nugroho, Wahyu Budi & Gede Kamajaya. 2022. Resiliensi Usaha Cafe di Denpasar pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosiologi*

Andalas. Vol.8 No.1. Diunduh pada 5 September 2022, dari <https://doi.org/10.25077/jsa.8.1.1-16.2022>

- Saragih, Rintan & Megaria Elisabet. (2020). Kewirausahaan Sosial Dibalik Pandemi Covid-19 Penelusuran Profil dan Strategi Bertahan. *Jurnal Manajemen*. 6(1). Hal 47-56. Di unduh 19 Desember 2021, dari <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Suryadi., A Human Hamid., Agussabti. (2013). Strategi Bertahan Hidup Petani Kopi Pasca Konflik (Studi Kasus di Kecamatan Kute Panang Kabupaten Aceh Tengah). *Jurnal Agrisep*, 14(1). 44-53. Diunduh 18 Desember 2021, dari <http://erepository.Unsyiah.ac.id/agrisep/article/view/907>
- Tjipto, dkk. (2012). Konsep Plesetan Sebagai "Usulan Pun" Lokal Pada Media Promosi Luar Ruang Usaha Kuliner Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(2). Hal 25. Di unduh 18 Februari 2022, dari [file:///C:/Users/HP/Downloads/02_sudjadi imam naomi-with-cover-page-v2.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/02_sudjadi%20imam%20naomi-with-cover-page-v2.pdf).

Skripsi :

- Alyah Arfianti. 2017. Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT. Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar. *Skripsi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar. Diunduh pada tanggal 12 Maret

- 2022, dari https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/3605-Full_Text.pdf
- Arifka, N. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Sambel Layah Arcawinangun). *Skripsi*. Purwokerto. IAIN Purwokerto. Diunduh 18 Desember 2021, dari <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/9468>
- Fajri, Muhamad Khoirul. 2021. Strategi kelangsungan Usaha Kedai Kopi di Surakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *Skripsi*. Studi Sosilogi Universitas Udayana. Diunduh pada 18 Desember 2021.
- Indrawati, Klara Puspa. (2012). Pembentukan Ruang Kolektif oleh Masyarakat (Studi kasus Angkringan Tugu Yogyakarta). *Skripsi*. Studi Arsitektur Universitas Indonesia. Diunduh pada 18 Desember 2021, dari <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20308612S42558Pembentukan%20ruang.pdf>

melalui:<https://bali.tribunnews.com/2019/05/30/tribun-wiki-5-angkringan-di-kota-denpasar-yang-recommended-buat-kopdar>

Peraturan Perundang-undangan :

Instruksi Menteri dalam negeri Nomor 23 -24 Tahun 2021 tentang pemberlakuan pembatasan kegiatan untuk pengendalian penyebaran corona virus disease 2019 (Covid- 19)

Internet :

Tribun Bali.com (2019). 5 Angkringan di Kota Denpasar yang Recommended Buat Kopdar. Diakses pada 06 januari 2022