

BAB V

PENUTUP

5.1 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan penelitian ini, gambaran proses pengambilan keputusan mendirikan *startup* dimasa pandemi covid-19 terdapat 3 tahapan. Proses pengambilan keputusan pada informan E dan C sama-sama memulai merintis usaha dibidang *food and baverage* dimasa pandemi. Pada saat proses pengambilan keputusan terdapat persamaan dan perbedaan antar kedua informan. Persamaan tahapan pertama yaitu investigasi situasi pada tahapan mengidentifikasi masalah, persamaan dari kedua informan tersebut adalah sama-sama melakukan identifikasi masalah dengan melihat fenomena yang ada disaat pandemi yaitu banyaknya masyarakat yang memulai merintis usaha dibidang *food and baverage* melalui media online. Dari hal tersebutlah yang membuat kedua informan juga mengikuti trend yang ada dengan menjual makanan melalui media online dibandingkan dengan jenis usaha lainnya.

Pada saat sebelum proses pengambilan keputusan untuk memulai usaha kedua informan sama-sama memiliki ketakutan yang dirasakan, informan E dan C menjelaskan ketakutan yang dialaminya adalah jika mengalami kegagalan dalam usaha yang dijalannya. Dalam menjalani usahanya kedua informan didukung oleh orang tuanya, sebab orang tuanya mengatakan jika tidak mencobanya terlebih dahulu maka tidak tau hasil yang akan didapatkan seperti apa. Informan E dan C dalam mempromosikan hingga menjual produknya memanfaatkan media online Instagram, mereka juga mengatakan bahwa dalam penjualan online hal yang paling susah adalah memikirkan teknik marketingnya dan harus memikirkan secara kreatif konten yang harus ditampilkan untuk mempromosikan

dagangannya agar para pelanggan tertarik untuk membeli produknya.

Perbedaan antara kedua informan adalah informan E tidak mengetahui ada atau tidaknya kompetitor yang menjual produk yang sama dengannya, jika informan C mengetahui dan memantau kompetitor yang menjual produk yang sama dengan produknya agar informan bisa menyaingi produk kompetitornya. Untuk mempromosikan produknya informan E dengan mengikuti *paid promote* dan melakukan *collabs* dengan produk yang lainnya, dibandingkan dengan informan C ia lebih memilih untuk mempromosikan makanannya dari mulut kemulut melalui pelanggannya. Dalam produk yang dijual informan C, konsumen bisa melakukan variasi sendiri dengan topping yang diinginkannya, tetapi jika produk yang dijual informan E konsumen tidak bisa memvariasi pada makanannya

Dari pembahasan diatas ditemukan data yang selaras dengan teori. Menurut Sule (2008) mengatakan pengambilan keputusan adalah suatu hasil dari proses menentukan satu tindakan diantara beberapa alternatif yang ada. Dari data yang didapatkan informan C dan E menentukan satu tindakan yaitu memilih memulai usaha menjual makanan. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan kedua informan juga selaras dengan teori yang dijelaskan oleh Sule (2008) yang mengatakan bahwa dalam proses pengambilan keputusan menentukan 3 tahapan yaitu investigasi situasi meliputi mengidentifikasi masalah, menentukan penyebab, dan menentukan tujuan. Kedua informan mengidentifikasi masalah terlebih dahulu seperti peluang apa yang bisa didapatkan dimasa pandemi yaitu kedua informan sudah menemukan jawabannya yaitu menjual makanan melalui media online, langkah selanjutnya menentukan penyebab mengapa banyak orang yang mendirikan usaha dibidang *food and baverage* dan jawaban dari kedua informan adalah karena dimasa

pandemi banyak orang yang berada dirumah maka dari itu banyak masyarakat yang menjual hingga mempromosikan makanannya melalui media online. Menentukan tujuannya menjual makanan melalui media online bisa terjadi karena ada larangan yang dikeluarkan oleh pemerintah bahwa masyarakat diharuskan untuk mengurangi aktivitas diluar guna mengurangi penyebaran wabah virus covid-19. Proses selanjutnya adalah penentuan alternatif solusi, dimana kedua informan memunculkan ide-ide kreatif untuk produknya. Informan E menjual produk yang jarang bahkan tidak ada yang menjual produk yang sama dengannya dipulau jawa khususnya dikota Surabaya, sedangkan untuk informan C ia menjual produk yang sudah ada kompetitornya tetapi ia menawarkan produknya dengan harga yang lebih terjangkau dan memiliki kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitornya. Proses yang terakhir dalam proses pengambilan keputusan adalah penilaian alternatif, dimana kedua informan mengevaluasi dari ide-ide kreatif yang sudah ditentukan dan memiliki harapan agar produk yang dijualnya bisa dikenal dan diminati oleh masyarakat luas

5.2 Refleksi Penelitian

Peneliti mendapatkan banyak pembelajaran baru dari proses penelitian ini, berikut adalah pembelajaran yang peneliti peroleh yaitu selama melakukan penelitian peneliti mengambil pembelajaran yang banyak dari kedua informan. Pembelajaran tersebut meliputi apa saja hal yang diperlukan untuk memulai usaha di bidang *start up food and beverage* hal tersebut meliputi apa saja yang perlu dipersiapkan dalam membangun usaha *start up*, memikirkan bagaimana konten yang harus dibuat untuk mempromosikan dagangannya, serta bagaimana cara pemilihan bahan baku yang murah namun memiliki kualitas yang baik guna mendapatkan keuntungan yang lebih dan memuaskan konsumen.

Selain itu peneliti merasa kagum dengan keberanian kedua informan dalam membangun usaha *start up* dalam masa pandemi untuk tetap berjuang dalam bertahan hidup. Selama proses pengambilan data peneliti juga mengambil pelajaran berupa seharusnya peneliti melakukan probing lebih dalam agar mendapatkan data yang didapat lebih kaya dan lebih maksimal. Selain itu peneliti seharusnya menyiapkan *guideline* wawancara dengan lebih baik agar lebih memudahkan peneliti dalam melakukan probing ketika proses pengambilan data. Kemudian peneliti juga merasa seharusnya pengambilan data dilakukan tidak hanya satu kali pertemuan saja namun dua kali pertemuan untuk memperkaya data penelitian. Tetapi hal tersebut belum dapat dilakukan karena mengingat jangka waktu pengerjaan dengan pengumpulan skripsi ini terbatas.

5.3 Simpulan

Berdasarkan bahasan dari hasil penelitian dan kajian teoritis diatas ditemukan tahapan proses pengambilan keputusan mendirikan usaha *food and baverage* ditengah pandemi covid-19 yang terlihat pada kedua informan yaitu mengidentifikasi masalah, penentuan alternatif solusi, dan penilaian alternatif. Mengidentifikasi masalah adalah melihat trend yang ada disaat pandemi yaitu memulai usaha berjualan dibidang *food and baverage*, selanjutnya penentuan alternatif solusi dimana kedua informan memikirkan ide-ide kreatif yang digunakan untuk produknya, dan cara mempromosikan produknya agar dapat menarik pelanggan untuk membeli produknya. Tahapan yang terakhir adalah penilaian alternatif, dimana setelah kedua informan sudah memikirkan ide-ide kreatifnya selanjutnya melakukan evaluasi dari ide kreatif yang sudah ditentukan dan memiliki harapan agar produknya bisa diminati dan dikenali oleh masyarakat luas agar bisa berkembang secara terus menerus.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa saran, yaitu:

1. Bagi informan penelitian, diharapkan melalui penelitian ini bisa memahami terkait proses pengambilan keputusan mendirikan *startup* sehingga dapat memanfaatkannya untuk strategi proses pengambilan keputusan dikemudian hari.
2. Bagi para *startup food and baverage* Melalui penelitian ini diharapkan para *startup* dibidang *food and baverage* dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam mengambil keputusan dalam proses mendirikan suatu usaha.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dan diharapkan agar lebih teliti dan lebih terperinci dalam menyusun

guidline data yang didapatkan bisa lebih banyak dan lebih mendalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, C., & Radianto, W. E. (2017). *PROSES PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI: Studi Kasus pada Sebuah Start-up Business. Business Management Journal*, 11(2).
- Angdika, A. N., & Soeherman, B. (2019, September). *Pemodelan Bisnis Untuk Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Di Bidang Kuliner Pada Era Revolusi Industri 4.0. In Prosiding Seminar Nasional Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Vol. 2, pp. 188-192).*
- Arianto, Ayuni. Q., & Cangara. H. (2019). *Penggunaan Media Digital terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 23 No.2, Desember 2019: 129-141*
- Basuki, H. (2006). *Penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu kemanusiaan. Jakarta: Universitas Gunadarma.*
- Beier, Michael (2016). *Startups' Experimental Development of Digital Marketing Activities. A Case of Online-Videos. Social Science Research Network (SSRN) Electronic Journal, Paper: 2868449.*
- Budiansyah, Arif. 2020. *Apa Itu Virus Corona dan Cirinya Menurut Situs WHO*
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200316135138-37-145175/apa-itu-virus-corona-dan-cirinya-menurut-situs-who>. Diakses pada tanggal 30 September 2020
- Boehm R.G. & Webb, B, *Skills Handbook Using Social Studies*, (Columbus, OH: SRA/McGraw-Hill, 2002), hlm.81.
- Dodi Jayen Suwarno, A. S. (2017). *Knowledge Sharing dan Inovasi pada Industri Startup.*
- Dwi Nurseffi Wahyuni. 2017. *Perhatikan Hal Berikut Sebelum Memulai Usaha.*
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3025280/perhatikan-6-hal-berikut-sebelum-memulai-usaha>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021
- Faqir, A.A. 2020. *Di Forum Internasional, Sri Mulyani Cerita Ekonomi Indonesia Ambruk Akibat Pandemi.*

- <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4360071/di-forum-internasional-sri-mulyani-cerita-ekonomi-indonesia-ambruk-akibat-pandemi> . Diakses pada tanggal 22 November 2020.
- Hasbiansyah, O. (2005). *Pendekatan Fenomenologi : Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*. 56, 163–180
- H Suparno, M. (2018). *Peran Kepemimpinan Dalam Pengambilan Keputusan*. *Mimbar Administrasi FISIP UNTAG Semarang*, 6(9).
- Ibnuismail. 2020. *Startup : Pengertian dan Perkembangan di Indonesia*. <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengeritan-startup/>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2021
- Kasim. (1989). *Pengambilan Keputusan yang efektif*. Jakarta : Penerbit Cipta Adi Perkasa
- Kemenperin. 2021. *Pandemi Ubah Pola Konsumsi, Industri Makanan Perlu Berinovasi* <https://kemenperin.go.id/artikel/22227/Pandemi-Ubah-Pola-Konsumsi,-Industri-Makanan-Perlu-Berinovasi>. Diakses pada tanggal 10 Februari 2021
- Mamuaya Rama. 2021. *Kondisi startup Indonesia*. <http://www.dailysocial.net>, diakses pada tanggal 7 Januari 2021
- Moleong & Lexy J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- M. Fuad, Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F, Pengantar Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 1
- Nugraha, A. E. P., & Wahyuhastuti, N. (2017). *Start up digital business: sebagai solusi penggerak wirausaha muda*. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1-9.
- Nurchahyo, R., Akbar, M. I., & Gabriel, D. S. (2018). *Characteristics of startup company and its strategy: Analysis of Indonesia fashion startup companies*. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.34), 44-47.
- Poerwandari, E.K. 2007. *Pendekatan Kualitatif dalam penelitian Psikologi*. Jakarta: LPSP3 Universitas Indonesia.

- Prasetyo, H. N. (2018). *Model Manajemen Layanan Relasi Bisnis Pendekatan Strategi Layanan Itil Studi Kasus Pada Perusahaan STARTUP DIGITAL X DI INDONESIA*. *JTIM- Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen*, 1(01), 1-12.
- Ries, E., 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continous Innovation to Create Radically Successful Business*, Crown Business, New York.
- Rizkinaswara Leski. 2020. *Pandemi Covid-19 sebagai Momen Startup untuk Berinovasi*. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/04/pandemi-covid-19-sebagai-momen-startup-untuk-berinovasi/> . Diakses pada tanggal 6 Januari 2021
- Rizal, J.G. 2020. *Pandemi Covid-19, Apa Saja Dampak pada Sektor Ketenagakerjaan Indonesia* ?. <https://www.kompas.com/trend/read/2020/08/11/102500165/pandemi-covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia-?page=all>. Diakses pada tanggal 30 September 2020
- Rosmadi, M. L. N. (2021). *Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19*. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 4(1), 122-127.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan
- Sentika, S., Yunizar, Y., & Muizu, W. O. Z. (2020). *Pengaruh Persepsi mengenai Startup terhadap Pilihan Berkarir di Bidang Startup melalui Motivasi pada Mahasiswa Generasi Y dan Generasi Z di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 188-201.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono, S. (2018). *Sikap dan Perilaku Wirausahawan*. *Ilmu dan Budaya*, 40(56).
- Supriyanto, S. (2009). *Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha*. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 6(1), 17216.
- Tisnawati, Ernie Sule., dan Kurniawan Saefullah. 2006. *Pengantar Manajemen*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.

- Uly, Y.A. 2020. *Pandemi Covid-19, Mampukah Startup Indonesia Bertahan ?*.
<https://money.kompas.com/read/2020/07/10/120300126/pandemi-covid-19-mampukah-startup-indonesia-bertahan?page=all>.
Diakses pada tanggal 5 Januari 2021
- Vadhia Lidyana.2020. *Ada Peluang Baru di Sektor Makanan dan Minuman Imbas Corona*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5021082/ada-peluang-baru-di-sektor-makanan-dan-minuman-imb-3021082>. Diakses pada tanggal 14 Januari 2020.
- Yulistara, Arina. 2020. *Fenomena Bisnis Starup Indonesia Yang Digandrungi Milenial*.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180506084414-37-13786/fenomena-bisnis-startup-indonesia-yang-digandrungi-milenial>. Diakses pada tanggal 30 September 2020
- Yusnita, H. W., & Yulianto, A. (2013). *Upaya Food & Beverage Restaurant Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Variasi Product*. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 4(1).