

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Virus Covid-19 sudah menjadi wabah penyakit menular yang mendunia dan dianggap sebagai virus yang membahayakan karena dapat mengakibatkan kematian. Virus yang di mulai dari negara China khususnya di Kota Wuhan, menurut data *World Health Organization (WHO)* pada tanggal 18 Oktober 2021, sudah terkonfirmasi 68.824.794 tercatat kasus positif *Covid-19* dan 1.105.796 orang meninggal dunia di 59 negara.

Virus yang masuk ke Indonesia sejak Maret tahun 2020 ini telah memakan banyak korban jiwa. Dalam data Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) mengungkapkan sejak kasus pertama 2 Maret 2020 hingga saat ini 24 Oktober 2022 total kasus positif Covid-19 mencapai angka 6.470.961 orang, dan memakan korban jiwa hingga 158.429 orang (covid19.go.id). Artinya berdasarkan data tersebut 13% negara Indonesia tercatat sebagai penyumbang korban jiwa orang meninggal karena Covid-19.

Adanya virus Covid-19 ini, menimbulkan berbagai masalah baru pada komponen sistem masyarakat seperti ekonomi, sosial, politik, dan budaya. Namun, yang paling besar terkena imbas masalah ialah pada sektor sosial dan ekonomi. Menurut Menteri Dalam Negeri Tito Karnavian “Kesehatan dan Ekonomi harus sama-sama diselamatkan dari dampak pandemic Covid-19. Harus dicari keseimbangan, dimana masalah Kesehatan tetap menjadi prioritas utama, karena masalah kemanusiaan,”¹. Adanya Covid-19 berdampak pada masyarakat yang memaksa pemerintah harus mengeluarkan kebijakan. Kebijakan yang berupaya untuk mencari solusi dalam mencegah penyebaran virus Covid-19 agar dampaknya tidak semakin besar kepada masyarakat. Pemerintah memberi kebijakan kepada masyarakat, diawali oleh pembatasan sosial dan bagi yang terpapar diberi edukasi untuk isolasi mandiri, lalu ada masa karantina selama 2 minggu untuk beberapa wilayah, dilanjut ada Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), lalu ada *New*

¹ Sania Mashabi, “Mendagri: Kesehatan dan Ekonomi Harus Diselamatkan dari Dampak Pandemi Covid-19,” *Kompas.Com*.

Normal dan kebijakan terbaru ialah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Yang menjadi focus utama dalam pencegahan virus Covid-19 dari berbagai kebijakan pasti mencakup anjuran untuk menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, membatasi mobilisasi dan interaksi.

Sektor utama yang sama halnya kewalahan dalam menghadapi virus Covid-19 yaitu Ekonomi. Dunia bisnis kini mengalami kemerosotan yang cukup tajam, dilansir dari Kompas.com pada Jum'at (29/04/2021) Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengatakan, kerugian ekonomi tahun 2020 akibat pandemi Covid-19 mencapai Rp 1.356 triliun ². Kerugian ini muncul oleh karena negara terpaksa menggelontorkan dana Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) yang besar untuk perlindungan kesehatan dan sosial. Di tambah pemasukan dari PDB (Produk Domestik Bruto) semakin berkurang karena pemotongan jam kerja, dan regulasi dalam dunia bisnis yang diminimalisir kegiatannya. Kerugian ini akan terus semakin besar berlipat ganda jika pandemi Covid-19 belum dapat dihentikan di negara kita khususnya Indonesia secara permanen.

Dalam situasi adanya pandemi Covid-19, memaksa adanya perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Ada tiga konsep yang dapat ditelaah mengenai Perubahan Sosial. Pertama, Perubahan Sosial ialah studi mengenai perbedaan. Kedua, Perubahan Sosial salah satu studi yang harus dilakukan pada waktu yang berbeda. Dan ketiga, yaitu pengamatan objek sistem sosial yang sama. Artinya untuk seseorang dapat melakukan studi Perubahan Sosial, perlu melihat konsep dan menerapkannya didalam penelitiannya. Seperti melihat adanya perbedaan kondisi objek yang diteliti, kemudian melihatnya dalam konteks waktu yang berbeda, maka bisa juga menggunakan studi komparatif dalam dimensi waktu yang berbeda. Studi komparasi yang dilakukan dalam konteks ini ialah waktu, namun objek yang menjadi fokus peneliti tetaplah sama. Maka dalam Perubahan Sosial tentu akan berkaitan dengan dimensi ruang dan waktu ³.

² Fika Nurul Ulya, "Akibat Covid-19, Kerugian Ekonomi Tahun 2020 Capai Rp 1.356 Triliun," *Kompas*, last modified 2021, <https://money.kompas.com/read/2021/04/29/143647026/akibat-covid-19-kerugian-ekonomi-tahun-2020-capai-rp-1356-triliun?page=all>.

³ Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial. 3th*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007) hlm 29.

Menurut Gillin dan Gillin, perubahan sosial merupakan suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, yang disebabkan baik karena perubahan kondisi penduduk, ideologi maupun karena adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru dalam masyarakat geografis.⁴ Adanya Covid-19 mendorong dan memaksa terjadinya perubahan sosial di masyarakat melalui kebijakan-kebijakan yang diberlakukan Pemerintah seperti Pembatasan Skala Besar-Besaran (PSBB), *New Normal*, Isolasi Mandiri, dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dalam kebijakan tersebut adanya protokol kesehatan yang harus diterapkan dan di patuhi oleh seluruh masyarakat Indonesia dalam upaya mencegah penyebaran virus Covid-19 yaitu dengan menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan dan mengurangi mobilitas. Kondisi perubahan tersebut akan berdampak kepada berbagai sektor salah satu sektor utama yaitu ekonomi.

Salah satu unsur di masyarakat yang memiliki pengaruh besar terhadap ekonomi negara ialah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri dalam sistem kenegaraan⁵. Usaha kecil menarik untuk diteliti, karena mempunyai peranan yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi pada skala nasional dan regional. Hampir 90% dari total usaha yang ada di dunia merupakan kontribusi dari UMKM⁶. Sehingga UMKM terkait pada unsur struktur dan fungsi di dalam masyarakat yang mana menjadi suatu elemen penting dalam peranannya menyeimbangkan kondisi ekonomi negara, maka tentu akan berubah ketika sistem cara kerja mereka di rubah.

Menurut Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (KUMKM) Kota Bandung, Nuri Nuraeni mengatakan berdasarkan data BPS Kota Bandung jumlah usaha mikro di Bandung sebanyak 111.627 atau seluruh total kelompok

⁴ Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994) hlm. 11.

⁵ Stuart Husband and Purnendu Mandal, "A Conceptual Model for Quality Integrated Management in Small and Medium Size Enterprises," *International Journal of Quality and Reliability Management* 16, no. 7 (1999): 699–713.

⁶ Andreas Rauch, "Success Factors of Small and Medium Sized Enterprises," *KLI dissertation series* 1, no. October (2001): 135 p, <http://ezproxy.library.capella.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=64734254&site=ehost-live&scope=site>.

UMKM 147.073 artinya 75% nya ialah usaha mikro. Dinas UMKM juga mencatat pertumbuhan UMKM di Kota Bandung mencapai angka 3,8% dalam kurun waktu enam tahun terakhir ⁷. Artinya masyarakat senantiasa ingin berkontribusi memiliki kemampuan untuk menghasilkan uang melalui usahanya agar bisa memenuhi kebutuhannya yang nantinya berpengaruh besar pada negara, karena UMKM menjadi unsur penting bagi perekonomian negara. Namun di kala pandemi, Ketua UMUM Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun menuturkan bahwa 30-an juta UMKM bangkrut oleh sebab ketidakmampuan membayar kredit dan omzet yang mengalami penurunan mereka hanya mendapat 10-20% dari kondisi normal. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa banyak UMKM yang masih belum mampu kuat menghadapi perubahan yang ada, yang akhirnya berimbas membuat mereka terpaksa untuk gulung tikar ⁸.

Namun ada sesuatu yang berbeda di tahun belakangan ini, UMKM yang kini kian banyak dan mulai menjamur di bangun oleh masyarakat pelaku usaha ialah Kedai Kopi atau *Coffe Shop*. Menurut *Head of Marketing* (Kepala Pemasaran) PT Toffin Indonesia, Ario Fajar ia mengatakan dalam pameran *BrewFest 2020* di Kota Senayan Jakarta bahwa prospek kopi sangat bagus, dan akan terus menjamur hingga kenaikannya mencapai 10% sampai 15%. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun.

Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton ⁹. Seiring dengan negara kita yang tercatat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia, oleh karena

⁷ Ayu, "Capai 3,8 Persen, Laju Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung," *JabarEkspres.Com*, last modified 2021, <https://jabarekspres.com/berita/2021/03/24/capai-38-persen-laju-pertumbuhan-umkm-di-kota-bandung/4/>.

⁸ Ibid.

⁹ Databooks, "Konsumsi Kopi Indonesia 2021 diprediksi Mencapai 370 Ribuan Ton," *Katadata.Co.Id*, last modified 2018, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>.

demografis kita yang mudah menanam kopi jenis Arabica dan Robusta yang mana banyak diminati selain mudah di tanam ialah enak untuk di seduh. *International Coffe Organization* (ICO) mencatat negara-negara yang memiliki produksi kopi tertinggi di seluruh dunia, diurutkan kesatu ada Brazil yang menghasilkan 69 juta, kedua Vietnam 29 juta, ketiga Kolombia 14,3 juta, dan di ikuti Indonesia di urutan ke empat 12,1 juta dengan volume produksi dalam satuan karung kemasan 60kg. Hal ini menjadi tidak asing jika di Indonesia Kopi mudah untuk ditemui dan dikonsumsi, dan dijadikan sektor UMKM yang mulai banyak dibangun saat ini ¹⁰.

UMKM Kedai Kopi menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati dimasa kini. Dapat kita perhatikan Kedai Kopi banyak diminati oleh masyarakat disebabkan unsur pendukungnya yaitu menyediakan sarana kepada masyarakat untuk bisa berkumpul, dan bisa juga untuk media tempat bekerja dan belajar selain di kantor dan di kelas yang mungkin cenderung membuat mereka cepat bosan. Hal itu disebabkan karena suasana Kedai Kopi dianggap lebih santai ketimbang tempat yang biasa mereka pakai sebagai sarana belajar dan bekerja. Sehingga hal itu sudah membentuk budaya kebiasaan di masyarakat bahwa UMKM Kedai Kopi sebagai tempat sarana individu atau kelompok yang memiliki kepentingan untuk berinteraksi sosial dalam berbagai bentuk seperti berbagi informasi, komunikasi, belajar, bekerja dan lain-lain.

Fenomena tersebut dapat diambil sebagai peluang bisnis bagi pelaku usaha, salah satunya di Kota Bandung dan khususnya Kecamatan Ujung Berung. Berdasarkan data dari *Google Maps* tahun 2021 tercatat ada sebanyak 19 jumlah Kedai Kopi di Kecamatan Ujung Berung. Kedai kopi tersebut tersebar ke beberapa wilayah dari wilayah hulu dan hilir Kecamatan Ujung Berung. Dominasi persebaran kedai kopi di Kecamatan Ujung Berung didominasi wilayah hilir daripada wilayah hulu. Kedai kopi yang ada di Kecamatan Ujung Berung memiliki berbagai strategi yang berbeda-beda dalam mempromosikan produknya agar dapat menarik minat masyarakat. Penelitian ini akan berfokus pada kedai kopi di Kecamatan Ujung

¹⁰ DataIndonesia.id, "8 Negara Produsen Kopi Terbesar di Dunia, Indonesia Termasuk," last modified 2022, <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/8-negara-produsen-kopi-terbesar-di-dunia-indonesia-termasuk>.

Berung yang melakukan strategi promosi secara offline dan di kelola secara mandiri atau kelompok kecil bukan bentuk kedai yang telah memiliki cabang. Sebab jika telah memiliki cabang sudah memiliki investor yang telah membantu dalam setiap kondisi yang ada. Data-data kedai kopi dengan kriteria yang telah ditentukan yang berada di Kecamatan Ujung Berung akan diambil dari *Instagram* masing-masing kedai kopi yang, akhirnya dari 19 Kedai Kopi yang ada terdapat 7 kedai kopi yang sesuai kriteria untuk di periksa melalui *Instagram*, dihasilkan sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Tabel Nama Kedai Kopi

Nama Tempat Kedai Kopi	Akun <i>Instagram</i>	Cara Promosi sebelum <i>Covid-19</i>
Kopi Kataji (Jl. AH. Nasution No. 45 B)	@kopikataji	Promosi dengan mengenalkan produk melalu media online
Hitam Putih Coffe (Jl. Ujung Berung Indah Raya)	@hitamputihcoffe.id	Promosi dengan mengenalkan produk melalu media online
Kopiwa (Jl. Nagrog)	@kopi.wa	Promosi dengan mengenalkan produk melalu media online
Noctural Kopi (Jl. Nagrog)	@nocturalkopi	Promosi dengan mengenalkan produk melalu media online
Kedai Kopi Patani (Jl. Cijambe No.13)	@kopipatani.bdg	Promosi dengan mengadakan diskusi mengenai kopi dan isu-isu terkini
Kopi Paman , Jl. Taruna Jl. Sukaasih Raya No.6	@kopipaman.id	Promosi dengan mengenalkan produk melalu media online
Waroeng Nongkrong Ujung Berung	Tidak ada <i>Instagram</i>	-

(Sumber: Olahan Peneliti, 2022)

Dari hasil periksa terlihat bahwa Kedai Kopi Patani merupakan satu-satu kedai kopi yang sesuai dengan kriteria yaitu strategi promosi secara offline dan di kelola secara mandiri atau kelompok kecil bukan bentuk kedai yang telah memiliki cabang. Maka

dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kedai Kopi Patani di Desa Cijambe, Kecamatan Ujung Berung.

Kedai “Kopi Patani” yang didirikan pada tahun 2019 menjadi salah satu UMKM yang dapat memperkenalkan citra rasa kopi di tanah Indonesia khususnya pulau Jawa, sebab Kedai Kopi Patani menggunakan berbagai produksi kopi di berbagai gunung yang ada di Indonesia. Ada 15 gunung yang digunakannya antara lain yaitu Puntang, Halu, Palasari, Manglayang, Rancabali, Gayo, Cibentang, Argopura, Patuha, Batu Lonceng, Papandayan, Ijen, Flores, Toraja, Malabar. Disebabkan karena kegiatan masyarakat lebih cenderung terpusat ke wilayah hilir, dan Kedai “Kopi Patani” merupakan salah satu dari kedai kopi yang berada di hilir Kecamatan Ujung Berung.

Kedai “Kopi Patani” memberikan daya tarik yang memanjakan pengunjungnya yaitu dengan memberikan *free wifi*. Selain itu mereka juga mengadakan ruang diskusi sebagai cara promosi menarik konsumen, sarana membuka wawasan pengetahuan dan sarana bertukar pendapat tentang hal-hal yang bersifat umum bagi konsumen yang mau ikut terlibat. Contohnya seperti diskusi yang bentuk medianya *Culinary Night* yang bekerja sama dengan komunitas Perpustakaan Jalanan Bashir, yang sering membuka ruang diskusi juga di berbagai universitas salah satunya Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. Tidak hanya sekali, kedua Kedai “Kopi Patani” pernah membuka ruang diskusi yang berjudul “Semai Benih Industri Permusikan” yang berkolaborasi dengan produser musik sebagai narasumber, informasi tersebut didapat dari *account* media sosial, @kopipatani.bdg, Kedai Kopi Patani.

Dengan adanya berbagai kegiatan yang dilakukan pihak Kedai Kopi Patani seperti diskusi dan sebagainya sebagai cara promosi, sarana berbagai wawasan dan bertukar pikiran yang dilakukan secara offline membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Sebab Kedai Kopi Patani merupakan satu-satunya kedai kopi di Kecamatan Ujung Berung yang melakukan kegiatan diskusi secara offline sebagai cara promosi, berbagi wawasan dan bertukar pikiran dengan adanya pandemi Covid-19 membuat semua kegiatan yang telah dilakukan tersebut oleh pihak Kedai Kopi Patani terganggu karena adanya peraturan Pemberlakuan

Pembatasan Kegiatan Masyarakat yang mengharuskan masyarakat membatasi kegiatan diluar rumah. Artinya ada suatu perubahan sosial yang terjadi di Kedai Kopi Patani dalam melakukan usahanya di masa Pandemi Covid-19.

Selain itu, hasil pengamatan didapatkan bahwa pada masa Covid-19 Kedai Kopi Patani mengalami kerugian yang cukup besar akibat dari penurunan profit yang pada awalnya sekitar 20 juta per bulan menjadi 1-3 juta per bulan saja yang hanya cukup untuk biaya operasional sehari-hari. Maka dari itu, peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan uraian di atas peneliti memilih judul “*Perubahan Sosial Usaha Mikro Kecil Menengah Kedai Kopi Patani Akibat Covid-19 (Penelitian di Desa Cijambe Kecamatan Ujung Berung Kota Bandung)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh bagaimana dampak perubahan sosial oleh adanya pandemi Covid-19 terhadap UMKM Kedai Kopi dan bagaimana upaya pelaku usaha UMKM Kedai Kopi dalam menghadapi perubahan sosial yang dikarenakan adanya pandemi Covid-19 untuk tetap mempertahankan bisnisnya ditengah-tengah perubahan sosial yang ada. khususnya pada UMKM Kedai “Kopi Patani” yang berada di Kota Bandung Kecamatan Ujung Berung Desa Cijambe. Penelitian ini akan mendeskripsikan data kondisi Kedai Kopi Patani saat sebelum, masa dan setelah Covid-19.

B. Identifikasi Masalah

Peneliti mengangkat pembahasan mengenai dampak Covid-19 terhadap perubahan sosial yang terjadi di Kedai Kopi Patani. Untuk membahas hal tersebut peneliti menggunakan teori perubahan sosial dari Wilbert Moore. Maka dari itu, peneliti mengidentifikasi masalah yang diantaranya :

1. Pandemi Covid-19 merupakan salah satu bentuk bencana yang terjadi di dunia termasuk di Indonesia.
2. Faktor dari bencana (pandemi covid termasuk bencana non alam) mempengaruhi masyarakat mengalami perubahan sosial.
3. Kemerosotan ekonomi yang terjadi pada UMKM.
4. Perubahan pola interaksi konsumen

C. Rumusan Masalah

Dalam melakukan penelitian akan diberikan batasan dengan rumusan masalah agar pembahasan memiliki tujuan, maka dari itu peneliti mengambil rumusan masalah diantaranya :

1. Bagaimana dampak perubahan sosial karena Covid-19 terhadap UMKM Kedai Kopi Patani di Desa Cijambe Kecamatan Ujung Berung ?
2. Bagaimana upaya pelaku usaha UMKM Kedai Kopi Patani di Desa Cijambe Kecamatan Ujung Berung dalam menghadapi perubahan sosial karena Covid-19 ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini memiliki tujuan yang diantaranya :

1. Untuk mengetahui perubahan sosial karena Covid-19 terhadap UMKM Kedai Kopi Patani.
2. Untuk mengetahui upaya pelaku usaha UMKM Kedai Kopi Patani dalam menghadapi perubahan sosial karena Covid-19.

E. Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat manfaat yang di anggap baik secara akademis maupun praktis, diantaranya :

1. Akademis

Secara akademis adanya penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu sosial terutama dalam menambah wawasan dan referensi mengenai dampak perubahan sosial terhadap UMKM Kedai Kopi. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber ilmu yang dapat dikaji bagi perguruan tinggi khususnya tempat peneliti menimba ilmu.

2. **Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti semakin memahami dampak perubahan sosial. Dan diharapkan bisa membantu pelaku usaha UMKM Kedai Kopi Patani atau yang lainnya dalam menghadapi dampak perubahan-perubahan yang karena Covid-19.

F. Kerangka Pemikiran

Manusia pada dasarnya diciptakan untuk saling berinteraksi, sebuah keniscayaan manusia bisa hidup secara tidak ketergantungan pada manusia lainnya. Manusia yang senantiasa berhubungan (berinteraksi) dengan manusia lain dalam kelompok disebut sebagai Masyarakat¹¹. Kehidupan masyarakat yang seringkali berproses secara berubah-ubah (dinamis) merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari.

Manusia pada pelaksanaannya memiliki peranan masing-masing dalam menjalani kehidupannya dan memiliki peranan yang berbeda dengan manusia yang lain, ketika manusia bertemu dengan manusia lainnya. Sehingga manusia kehidupan sebuah masyarakat bisa tergambar sebagai sebuah sistem sosial dimana bagian-bagian yang ada di dalamnya saling terhubung antara satu dengan yang lainnya dan menjadikan bagian-bagian yang ada didalamnya suatu kesatuan. Menurut Emile Durkheim mendefinisikan masyarakat sebagai kenyataan yang objektif individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori perubahan menurut Wilbert Moore yaitu, perubahan sosial sebagai perubahan penting dari struktur sosial, struktur sosial yang dimaksudkan adalah pola-pola perilaku dan interaksi sosial. Struktur sosial tersebut mencakup norma, nilai, dan fenomena kultural¹². Adanya pandemi mendorong banyak perubahan yang terjadi di masyarakat. Artinya perubahan sosial oleh adanya pandemi Covid-19 membuat perilaku sosial baru dan

¹¹ Elly Malihah dan Usman Kolip Setiadi, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*, (Jakarta Kencana, 2013) hlm. 12.

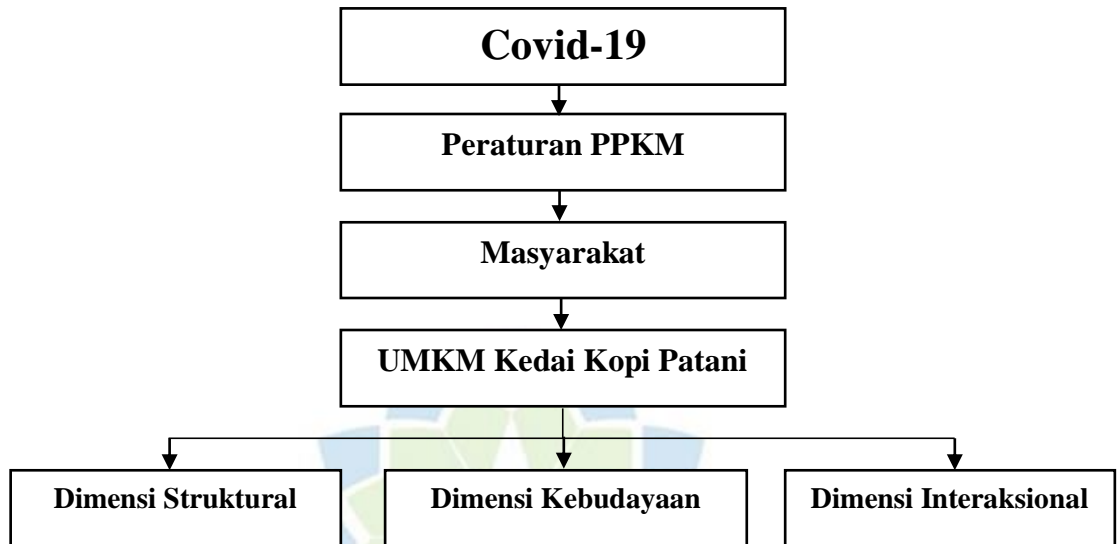
¹² Jean Warren and Robert H. Lauer, *Perspektif Tentang Perubahan Sosial, Social Forces*, vol. 53, 2004.

interaksi sosial yang mencakup nilai, norma dan fenomena sosial yang disepakati masyarakat di kondisi saat ini. Hal tersebut menjadi terlihat nampak sebuah perbedaan antara kondisi masyarakat sebelum adanya Covid-19 dan saat adanya pandemi Covid-19.

Sistem masyarakat yang mengalami perubahan, tentu akan mempengaruhi ke beberapa unsur-unsur sosial lainnya. Dalam hal ini masyarakat mengalami perubahan sosial karena pandemi Covid-19 yang akhirnya berimbas kepada pranata-pranata sosial, seperti salah satunya sektor ekonomi. Dalam situasi saat ini kegiatan ekonomi menjadi sangat terbatas sehingga kontribusi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sebagai salah satu dari banyaknya sektor pranata sosial yang terkena dampak oleh perubahan menjadi sangat sedikit sedangkan UMKM sebagai pemeran utama dalam mempengaruhi fluktuasi ekonomi negara . Oleh karena kondisi bencana pandemi virus Covid-19 yang mengakibatkan adanya pengaruh pada struktur dan sistem sosial, memaksa UMKM harus beradaptasi dengan kondisi sosial yang sekarang yang mana masyarakat yang dituntut oleh pemerintah untuk melaksanakan kebijakan dan protokol kesehatan karena adanya pandemi Covid-19, dengan merubah pola interaksi dan interaksi sosial pada masyarakat. Maka perubahan sosial sebuah masalah bagi UMKM khususnya UMKM kedai kopi agar bisa terus berjalan mempertahankan usahanya di masa pandemi.

Perubahan sosial terkadang bersifat memaksa sehingga memberikan dampak kepada situasi sosial, fokus utama peneliti yaitu dampak perubahan sosial oleh Covid-19 terhadap UMKM kedai kopi dan upaya pelaku usaha UMKM khususnya di UMKM Kedai Kopi Patani dalam menghadapi perubahan sosial yang terjadi. Maka perubahan yang terjadi diawali dari struktur sosial yang mengarah pada pola perilaku, interaksi sosial termasuk norma, nilai, dan fenomena kultural. Karena tak jarang beberapa UMKM gulung tikar dan mengalami penurunan pendapatan, Tinggal bagaimana mampu atau tidak UMKM kedai kopi beradaptasi dengan perubahan yang ada karena arus persebaran Covid-19 yang akhirnya memicu pemerintah memberikan kebijakan yang semakin ketat sehingga membuat

wujud perubahan masyarakat semakin nyata. Dari uraian sebelumnya, maka kerangka berpikir dalam usulan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir (Olahan Peneliti, 2022)