

## Strategi Berpikir Pengusaha Makanan Ringan dalam Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Masa Pandemi Covid-19

Sekar Kirana Jati<sup>1</sup>, Sumaryono<sup>2</sup>

Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

<sup>1</sup>[sekarkirana95@mail.ugm.ac.id](mailto:sekarkirana95@mail.ugm.ac.id), <sup>2</sup>[sumaryono.cendix@ugm.ac.id](mailto:sumaryono.cendix@ugm.ac.id)

**Abstract.** The economic sector at the level of Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) is one of the sectors most affected by the Covid-19 pandemic. One of them is SMEs engaged in the snack food sector. On the other hand, the pandemic has made the habit of consuming snacks increase and many new entrepreneurs have emerged in the snack food sector. This study aims to examine, explore and analyze in depth the thinking strategies of snack food entrepreneurs that have existed for a long time to maintain and develop their business during the Covid-19 Pandemic. This study uses a qualitative research method with a narrative study approach. The results of this study indicate that the participants' thinking strategies meet the characteristics of strategic thinking. Researchers also found new strategies based on participants' experiences.

**Keywords:** *Pandemics, SMEs, Strategic Thinking.*

**Abstrak.** Sektor ekonomi level Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) adalah salah satu sektor yang paling terdampak Pandemi Covid-19. Salah satunya adalah UMKM yang bergerak di bidang makanan ringan. Di sisi lain, pandemi membuat kebiasaan mengonsumsi makanan ringan meningkat dan muncul banyak pengusaha baru di bidang makanan ringan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, mengeksplor dan menganalisis secara mendalam tentang strategi berpikir pengusaha makanan ringan yang sudah ada sejak lama untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya di masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi naratif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi berpikir partisipan memenuhi karakteristik *strategic thinking*. Peneliti juga menemukan strategi baru berdasarkan pengalaman partisipan.

**Kata Kunci:** *Pandemi, Strategi Berpikir, UMKM.*