

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang keberlangsungan pelaku usaha konveksi di Dusun Mlangi, Kelurahan Nogotirto, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, pada masa pandemi. Dengan menggunakan teori pertukaran sosial George Hommans, riset ini fokus terhadap analisis faktor dan perilaku para pelaku usaha konveksi Malioboro di Mlangi sebelum masa pandemi beserta respon mereka selama menghadapi masa pandemi. Analisis ini dilakukan dengan penelitian terhadap kondisi usaha narasumber yang meliputi pemasaran dan penjualan produksi, omzet, serta bantuan yang diterima. Riset ini menemukan bahwa ada beberapa motif yang melatarbelakangi mekanisme mereka bertahan selama masa pandemi. Pertama, secara ekonomi, mereka perlu bertahan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mempertahankan eksistensi usahanya. Kedua, transformasi sosial dari berdagang konvensional menjadi *online* memberikan keuntungan sehingga beberapa dari mereka tetap melakukan bisnis meskipun dalam kondisi pandemi. Ketiga, *mindset* religius yang kental pada masyarakat Mlangi membuat mereka tidak putus asa terhadap kondisi dan cenderung *nrimo ing pandum*. Terakhir, kebijakan sosial berupa bantuan juga turut menjadi faktor pendorong para pelaku usaha tersebut dalam menjalankan bisnisnya. Strategi bertahan masing-masing kelas sosial berbeda. Mereka yang kelas bawah (usaha mikro) bertahan dengan strategi *live survival*. Pelaku usaha mikro di Mlangi harus berhenti berproduksi dan mengurangi pengeluaran rumah tangga. Pada masa era baru, mereka hanya bisa menjual ulang atau memproduksi dalam skala kecil. Namun mereka mendapat dana bantuan sosial untuk menjamin kesejahteraan hidup. Para pelaku usaha kelas menengah (usaha kecil) cenderung melakukan strategi konsolidasi. Melakukan diversifikasi produk, melakukan penjualan online, dan mengajak anggota keluarga untuk melakukan usaha rumah tangga bersama, meski selama PSBB mereka cenderung tidak aktif melakukan produksi dan bertahan dari adanya tabungan. Strategi Akumulasi dilakukan oleh kalangan sosial atas, yakni para pelaku usaha menengah/besar di Mlangi. Meski terpengaruh pandemi, namun mereka masih dapat menjalankan usaha dengan berbagai metode dengan keuntungan maksimal. Mereka mendapat lelang pengadaan APB sejumlah 1000 untuk kampus UGM hingga menjadi produsen masker utama di Yogyakarta.

Kata kunci: strategi bertahan, pertukaran sosial, pandemi, pengusaha konveksi, Covid -19, Mlangi, Malioboro

ABSTRACT

This thesis discusses about how Malioboro convection business actors in Mlangi, Nogotirto, Gamping, Sleman Regency, during the pandemic. Using George Hommans' social change theory, this research focuses on analyzing the factors and behaviors of the Malioboro convection business actors in Mlangi before and their responses to face the pandemic. This analysis is carried out by researching the resource's business conditions which include marketing and sales of production, turnover, and assistance received. This research found that there are several motifs to survive during pandemic. First, economically, they need to survive to get their daily needs. Second, the social transformation from conventional market to online market provides benefits which some of them continue to do business even in pandemic conditions. Third, the religious mindset that is thick in the Mlangi community makes them to not give up on their current condition and tend to be prone to pandemic. Finally, social policies in the form of assistance are also a driving factor for these businesses actors in running their business.

The survival strategy of each social class are different. Those in the lower class (micro-businesses) survive with a live survival strategy. Micro entrepreneurs in Mlangi must stop producing and reduce household expenses. In the new era, they can only resell or produce on a small scale. However, they receive social assistance funds to ensure their welfare. Middle class entrepreneurs (small businesses) tend to implement a consolidation strategy. Diversify products, do online sales, and invite family members to do household businesses together, even though during the PSBB they tend not to actively produce and survive from savings. The accumulation strategy is carried out by the upper social circles, namely the middle / large business actors in Mlangi. Even though they are affected by the pandemic, they are still able to run a business using various methods with maximum profit. They received an APB procurement auction of 1000 for the UGM campus to become the main mask producer in Yogyakarta.

Keywords: survival strategy, social exchange, pandemic, convection entrepreneur, Covid -19, Mlangi