

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada awal Desember 2019 ditemukan virus corona (covid-19) pertama kali di Wuhan, China. Virus dengan penularan yang sangat cepat mengakibatkan angka kematian yang begitu besar. Angka kematian global akibat virus ini mencapai 1 juta. Di Indonesia kasus corona ditemukan pertama kali di Depok Jawa Barat pada tanggal 28 Maret 2020. Hingga saat ini terkonfirmasi total kasus virus corona mencapai 410 ribu kasus dengan 13.869 kasus kematian.

Merebaknya virus covid-19 sangat meresahkan masyarakat global, tidak hanya disektor kesehatan tetapi semua sektor kehidupan terganggu dan membawa dampak buruk salah satunya disektor ekonomi. Menurut International Monetary Fund (IMF) pandemi global covid-19 menyebabkan ekonomi global mengalami penyusutan sebesar 3% hal ini merupakan penyusutan terbesar dalam beberapa dekade terakhir. Di Indonesia tentunya merasakan dampak yang signifikan di sektor ekonomi yang mengalami perlambatan laju pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Pertumbuhan ekonomi Indonesia minus 5.32% sehingga dampak yang dirasakan adalah menurunnya pendapatan secara signifikan. Menurunnya pendapatan masyarakat yang mengakibatkan daya beli dan konsumsi menurun, penurunan investasi, terkontraksinya produktifitas, sehingga banyak perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Dampak dari virus covid-19 sudah terlihat langsung dengan adanya PHK besar besaran yang dilakukan oleh beberapa perusahaan, terjadi penutupan beberapa usaha yang mengakibatkan banyak karyawan yang dirumahkan, bahkan banyak perusahaan yang gulung tikar.

Menurut laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), pandemi covid-19 ini mempengaruhi perekonomian dari sisi permintaan dan penawaran. Dari sisi Penawaran, perusahaan mengurangi

pasokan bahan baku dan tenaga kerja yang tidak sehat serta rantai pasokan yang juga mengalami kendala. Dari sisi permintaan kurangnya permintaan dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. OECD juga memaparkan bahwa UMKM sangat rentan terdampak dalam gangguan bisnis karena kondisi covid-19 ini, karena seringnya berhubungan langsung dengan pariwisata, transportasi dan industri kuliner yang memerlukan *suppliyang* cepat akan tetapi semuanya terdampak secara signifikan oleh covid-19. (cnn,2020)

Indonesia didominasi oleh UMKM yang memberikan kontribusi yang begitu besar bagi perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM di Indonesia sebesar 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1% dan sisanya disumbangkan oleh pelaku usaha besar. Akan tetapi dengan adanya pandemi covid-19, UMKM menjadi salah satu sektor yang sangat terpuuk yang memiliki berbagai masalah dan tantangan.

Untuk membatasi penularan terkait virus covid-19, pemerintah mengeluarkan PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar yang berarti pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi virus covid-19 untuk mencegah penularan atau penyebaran virus ini. Jadi pergerakan masyarakat dibatasi dan jika tidak ada keperluan yang mendesak diharapkan untuk tetap di rumah. Kebijakan PSBB ini tentunya berdampak terhadap UMKM baik di sektor jasa maupun produksi. Dari penurunan omzet yang signifikan, penurunan penjualan terbatasnya kegiatan operasional, kesulitan mendapatkan bahan baku, produksi menurun, dan PHK buruh. Menurut data Kementerian koperasi dan UKM, sebanyak 37 ribu pelaku UMKM mengaku mengalami dampak yang serius, 56% melaporkan penurunan penjualan dan 22% melaporkan masalah pembiayaan, 15% melaporkan masalah distribusi barang dan 4% teridentifikasi kesulitan mendapatkan bahan baku. Sehingga tidak dapat

dipungkiri banyak UMKM yang tidak bisa beroperasi dan akhirnya harus gulung tikar.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan UMKM mengalami kesulitan mendapatkan pemasukan yaitu terhambatnya proses produksi. Pelaku UMKM kesulitan dalam mendapatkan bahan baku mulai dari harga bahan baku yang meningkat, bahan baku yang tidak tersedia, dan pengiriman bahan baku yang lama. Menurut peneliti Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) UI Alfindra Primaldhi sebanyak 60% pelaku UMKM yang mengaku bahwa naiknya harga bahan baku menjadi faktor utama, dan 18% pelaku UMKM mengaku bahwa bahan baku tidak tersedia sama sekali. Meskipun bahan baku ada tetapi harganya menjadi lebih mahal dan proses distribusi yang lama. Pada akhirnya kegiatan operasional terhambat dan banyak karyawan yang dirumahkan atau terkena pemotongan gaji.

Faktor yang kedua adalah banyaknya pelaku UMKM yang kesulitan penjualan selama pandemi. Daya beli masyarakat yang rendah karena menurunnya pendapatan masyarakat akibat terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK). Kepercayaan konsumen juga menunjukkan penurunan yang cukup besar yakni menurun ke level 72,6% yang berarti pesimisme konsumen terhadap kondisi ekonomi saat ini dan masa yang akan datang. Semakin banyak masyarakat yang berpikir pendapatan mereka turun hal ini mengakibatkan dengan daya beli masyarakat menjadi turun dan terjad perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih mementingkan pada kebutuhan pokok. Terlebih lagi banyak outlet yang jam operasionalnya dikurangi dan masyarakat yang mengurangi aktivitas diluar. Tidak dapat dipungkiri bahwa UMKM mengalami penurunan penjualan selama pandemi karena berkurangnya pelanggan.

UD.Affalia Jayamerupakan salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Malang Jawa Timur. UD. Affalia jaya adalah produsen oleh-oleh keripik buah khas Malang. Berbagai macam jenis keripik buah yang ditawarkan, mulai dari keripik nangka, mangga, salak, rambutan, apel, jambu,, dan lain lain. Selain itu juga ada varian kerupuk yaitu krupuk strawberry, cappuccino, dan durian. Segmen utama

produk UD. Affalia Jaya adalah para wisatawan yang mencari buah tangan khas Malang sehingga lokasi penjualan kebanyakan di daerah destinasi wisata salah satunya di Kota Batu. Akan tetapi dengan adanya pandemi covid-19 sektor pariwisata menurun drastis, menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto sektor pariwisata turun drastis hingga 90%. Banyak tempat wisata yang harus tutup karena pemberlakuan PSBB. Dengan adanya perubahan akibat pandemi ini pelaku UMKM harus responsif agar usahanya tetap bertahan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Strategi Bisnis dalam menjaga Stabilitas Perusahaan bagi UMKM di Era Pandemi Covid-19 (studi pada UD. Affalia Jaya).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan kondisi ekonomi di era pandemi ini yang telah diuraikan diatas maka UD. Affalia jaya harus berhati hati dalam memilih strategi bisnis yang terbaik agar perusahaan tetap bertahan. Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi bisnis UD. Affalia Jaya dalam menjaga stabilitas perusahaan di era pandemi Covid-19 serta bagaimana strategi yang seharusnya dilakukan oleh UD. Affalia Jaya dimasa mendatang?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis UD. Affalia dalam menjaga stabilitas perusahaan di era pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang seharusnya dilakukan oleh UD. Affalia Jaya dimasa mendatang.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi, dan mendukung peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang analisis

strategi bisnis dalam menjaga stabilitas perusahaan bagi UMKM di era pandemi Covid-19.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi tentang analisis strategi bisnis dalam menjaga stabilitas perusahaan bagi UMKM di era pandemi Covid-19, bagi manajemen perusahaan dapat menggunakannya dan memberi gambaran mengenai strategi bisnis khususnya dalam menjaga stabilitas perusahaan di era pandemi.