

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak tahun 2020 hingga saat ini menjadi sangat menantang bagi masyarakat dunia. Penyebaran virus baru yang dikenal sebagai (*Corona Virus Disease 2019*) atau yang biasa disebut dengan Covid-19 telah menyebabkan krisis kesehatan dan perekonomian di dunia. Pandemi ini memberikan dampak serius terhadap seluruh aspek kehidupan seperti berubahnya pola hidup masyarakat, mulai dari cara berkomunikasi, bekerja, berdagang, mengkonsumsi, hingga cara pemenuhan kebutuhan lain untuk bertahan hidup. Adanya virus Covid-19 menyebabkan seluruh aktivitas dunia mengalami tekanan, terlebih kebijakan *lockdown* yang telah diupayakan oleh pemerintah dalam mengurangi penyebaran virus Covid-19.

Tingginya angka penyebaran Covid-19 dinilai memiliki dampak negatif terhadap perekonomian dunia. Aktivitas kebijakan *lockdown* dianggap tidak hanya bisa memicu resesi ekonomi global tetapi juga berbagai dampak lain. Salah satunya ialah menurunnya kesejahteraan masyarakat hingga memicu tingginya resiko kehilangan pekerjaan. Bagi dunia usaha, aktivitas kebijakan *lockdown* menyebabkan banyaknya perusahaan atau aktivitas usaha terancam bangkrut. Hal tersebut bahkan sangat dirasakan oleh pelaku UMKM dimana mereka cenderung lebih rentan selama krisis ekonomi yang disebabkan oleh sedikitnya sumber daya yang dimiliki serta minimnya pengetahuan dan kemampuan beradaptasi perubahan yang cepat.

Di Indonesia terdapat jutaan pelaku usaha sektor ekonomi kecil yang biasa disebut dengan UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM merupakan suatu aktivitas usaha yang dimiliki oleh perseorangan/individu, rumah tangga, atau badan usaha perorangan dengan lingkup yang lebih kecil (Idris, 2021). Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 secara spesifik UMKM terbagi menjadi 3 kategori yakni, Usaha Kecil, Usaha Mikro, dan Usaha Menengah dengan penjelasan masing-masing kategori adalah sebagai berikut : 1)

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini; 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini; sedangkan 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (UU No. 20 Tahun 2008, 2008)

UMKM berperan penting dan strategis dalam menopang perekonomian Indonesia, hingga mendapat julukan „tulang punggung dalam mensejahterakan perekonomian nasional Indonesia“. Menurut data Kementerian Koperasi Dan UMKM 2018, Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sebesar 60,3% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, selain itu, UMKM juga telah menyerap 97% dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan kerja (Tanjung, 2020). Pada tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia tercatat sebanyak 64,2 juta unit, atau secara presentase jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai (99,9%) dari total unit usaha di Indonesia (Jayani, 2020). Sebagai sektor usaha yang berperan penting terhadap ketahanan ekonomi nasional, dapat dipastikan UMKM menjadi sektor usaha yang menempati garis terdepan mengalami guncangan ekonomi akibat Covid-19 (Thaha, 2020).

Terlepas dari adanya peran UMKM sebagai penyerap tenaga kerja hingga meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, ternyata ada beberapa permasalahan yang masih harus dihadapi. Menurut Tambunan (2002), menyebutkan bahwa UMKM di Indonesia masih menghadapi rendahnya produktivitas, yang berkaitan dengan : 1) Rendahnya kualitas sumber daya manusia khususnya dalam hal manajemen, organisasi, teknologi, dan pemasaran;

2) Lemahnya kompetensi kewirausahaan pemilik; 3) Rendahnya tingkat orientasi pasar; 4) Rendahnya kreativitas dalam menciptakan inovasi-inovasi baru; dan 5) Terbatasnya kapasitas UMKM untuk mengakses permodalan, teknologi informasi, pasar dan faktor produksi lainnya (Fahriyah & Rochland Yoseph, 2020). Salah satu dampak perubahan yang paling dirasakan oleh para pelaku usaha ditandai dengan adanya pergeseran perilaku konsumen yang mengacu kepada perubahan pola pembelian konsumen. Mayoritas UMKM menghadapi tantangan yang berupa penurunan pendapatan yang mengakibatkan kerugian hingga mengharuskan UMKM untuk terus memperhatikan setiap perubahan yang terjadi. Hal ini juga menuntut UMKM untuk bisa beradaptasi dengan menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut agar dapat tetap bertahan.

Seperti halnya yang dialami oleh salah satu pelaku usaha di bidang *Food & Beverage* yang harus dihadapkan dengan berubahnya pola konsumsi masyarakat yang kini lebih mengutamakan kualitas kebersihan dan penyajian makanan atau minuman yang mereka jual. UMKM di bidang *Food & Beverage* menjadi salah satu sektor UMKM kuliner yang paling terdampak akibat pandemi Covid-19 (Prakoso, 2020). Sebab hilangnya kepercayaan konsumen terhadap penyajian atau kualitas kebersihan terhadap makanan dan minuman dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga mengarah kepada ketidakpastian dan hal itu merupakan salah satu faktor yang menyebabkan sales mereka menurun. Mengingat sumber daya UMKM yang terbatas mereka memiliki kesulitan untuk melalui berbagai krisis sehingga dinilai lebih rentan jika dibandingkan dengan usaha besar. Hal itu disebabkan oleh minimnya uang cadangan atau kas yang dimiliki oleh bisnis kecil (Ratten, 2020).

Akibat pandemi Covid-19, pemerintahan dari berbagai negara, termasuk Indonesia, mengeluarkan berbagai kebijakan untuk merespon pandemi Covid-19. Dalam upaya memahami perubahan yang dilakukan terhadap pengaruh lingkungan dapat menggunakan perspektif ekosistem yang mendefinisikan sistem interaktif dan kolaboratif yang dapat mempengaruhi ketergantungan bisnis. Dalam masa ketidakpastian pada situasi pandemi, salah satu cara agar bisnis mampu menghadapi dinamika lingkungan yang berubah dengan cepat, maka setiap perusahaan perlu mengadopsi Kapabilitas Dinamik untuk bisa beradaptasi, belajar

dalam memahami perilaku, perkembangan lingkungan internal dan eksternal, memecahkan masalah secara kreatif serta inovatif dalam menangkap peluang perubahan.

Menurut Teece (1997) definisi Kapabilitas Dinamik adalah kemampuan perusahaan mengintegrasikan, membangun dan merekonfigurasi kompetensi internal dan eksternal dalam menghadapi perubahan lingkungan yang begitu cepat (Situmorang, 2020). Hal tersebut juga sejalan dengan teori menurut (Hardilawati1, 2020) yang menyatakan bahwa, UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri didalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman.

Kabupaten Gresik merupakan wilayah yang mengalami perkembangan cukup pesat di sektor industri, mulai dari industri rumahan, hingga industri yang berskala besar (Masyhuroh, 2019). Kabupaten Gresik juga memiliki potensi UMKM yang berperan positif dalam meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena Kabupaten Gresik terbilang cukup menyediakan sumber daya tenaga kerja yang produktif juga terampil, selain itu berdasarkan hasil pra-wawancara bersama Ibu Ayu selaku pelaku UMKM di Kabupaten Gresik mengatakan bahwa Kabupaten Gresik juga dinilai memiliki karakter konsumen yang sedikit berbeda dengan daerah lain. Semenjak adanya pandemi Covid-19 tidak sedikit para pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Gresik juga terkena dampak buruk yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha hingga terancam gulung tikar, mulai dari sektor makanan dan minuman, fashion, agribisnis, dan lain sebagainya (Azizah Nur Auliya, 2021)

One Place adalah salah satu UMKM di Kabupaten Gresik, yang bergerak di sektor *Food & Beverage* yang masih bertahan sejak masa pandemi Covid-19 hingga saat ini (Januari 2022). One Place didirikan pada tahun 2017 dengan spesialisasi industri Perhotelan, Makanan & Minuman. One Place pada awalnya adalah sebuah *Fine Dining Resto*, tetapi berubah menjadi *Casual Dining Resto* untuk menyesuaikan dengan kultur dan kebiasaan orang gresik. One Place memiliki karakteristik *Family Style* yang ramah dan informal dengan suasana santai disertai menu makanan dan minuman yang beraneka ragam.

One Place sendiri tidak hanya bergerak pada pelayanan Restoran saja namun

One Place juga memiliki berbagai jenis pelayanan seperti *Coffe Shop*, *One Style Barbershop*, *First Office (Meeting Room)*, dan *One Kitchen (Catering & Bakery)* dengan total karyawan yang dimiliki kurang lebih sebanyak 30 karyawan. Uniknya, dengan berbagai lini bisnis yang dimiliki, sejak virus Covid-19 menyebar di Indonesia tahun 2019 lalu, One Place belum pernah melakukan pengurangan pekerja bahkan pemotongan upah pekerjanya. Hal tersebut dapat menjadi salah satu indikator keberhasilan One Place dalam beradaptasi dengan lingkungannya.

Dari berbagai fenomena yang terjadi maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai penerapan strategi kapabilitas dinamis dalam menghadapi Covid-19 dengan studi kasus One Place. Penelitian ini dilakukan dengan meneliti sebuah UMKM dibidang *Food & Beverage*, One Place, di Kabupaten Gresik yang berhasil bertahan selama masa Pandemi Covid-19. Dan dalam penelitian ini akan dijelaskan dan dideskripsikan sebuah proses dari awal One Place beradaptasi dengan pengetahuan yang mereka miliki sampai dengan hasil yang menyatakan bahwa One Place mampu berinovasi dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya melalui inovasi yang telah dicapai.

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan dalam penelitian tersebut maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah : Bagaimana One Place Gresik menggunakan perspektif Kapabilitas Dinamik dalam mempertahankan usahanya dan mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menghadapi dinamisme lingkungan yang berubah dengan cepat akibat pandemi Covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah :

1. Untuk mencari tahu bagaimana UMKM One Place dapat bertahan dan berkembang untuk menghadapi perubahan lingkungan akibat pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam proses penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat yang dapat diambil dari penelitian :

1. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman dan masukan bagi pelaku UMKM pada bidang *Food & Beverage* yang memiliki kriteria seperti One Place mengenai pentingnya penerapan strategi Kapabilitas Dinamik untuk menghadapi pandemi Covid-19.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat menambah pengetahuan serta wawasan bagi si peneliti dalam mempelajari strategi marketing yang tepat dalam menunjang keberhasilan suatu usaha. Selain itu manfaat penelitian juga untuk mendukung materi perkuliahan yang telah dipelajari oleh peneliti selama perkuliahan.
2. Bagi Pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan sekaligus masukan bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian sejenis di masa mendatang.