

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 atau virus corona telah menjadi masalah global dunia termasuk di Indonesia sejak muncul di beberapa televisi yang pertama kali terpapar virus tersebut adalah Provinsi *Hubei China* yakni Kota Wuhan pada awal tahun 2020. Pandemi covid-19 membawa berbagai dampak pada perekonomian Indonesia seperti penurunan omzet penjualan yang diterima pelaku usaha UMKM dan juga banyak kesusahan yang diterima dari semua sektor perekonomian dalam semua bidang juga merasakan dampak dari Covid-19. Dalam hal ini usaha UMKM perlu menerapkan analisis swot bagi usahanya, hal ini diperlukan untuk mempertahankan usaha UMKM di Surabaya yang sudah lama berjalan. Pandemi Covid-19 juga memberikan efek implikasi ekonomi, social, dan politik hampir di seluruh negara, termasuk di Indonesia (Susilawati et al., 2020) dan Pembatasan aktivitas masyarakat sebagai upaya penanganan pandemi covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi yang signifikan secara nasional (Hadiwardoyo, 2020). Sektor yang terkena dampak selama pandemi covid-19 adalah transportasi, kesehatan dan sektor lain, tetapi sektor ekonomi yang paling terpengaruh oleh covid-19 adalah sektor pelaku usaha UMKM.

Kebijakan pemerintah yang mengharuskan kegiatan pekerjaan lebih banyak dirumah saat ini menjadi perhatian khusus UMKM kebijakan pemerintah yang melakukan inovasi dari anteseden orientasi pasar .Penelitian pentingnya pelaku UMKM dapat melihat peluang apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen merupakan peluang untuk melakukan inovasi signifikan dapat meningkatkan pendapatan. Strategi

bisnis memberikan dorongan secara signifikan dalam ruang lingkup usaha secara signifikan dalam ruang lingkup usaha berdasarkan bahan baku yang tersedia dan keahlian yang dimiliki UMKM. Gambaran pada tahun 2011-2012 sumbangan dalam output nasional (PDB) hanya sebesar 57,94 persen, tetapi UMKM memberikan kontribusi sebesar 99,9 persen dalam jumlah badan usaha di Indonesia serta mempunyai presentase sebesar 97,24 persen dalam penyerapan tenaga kerja.

Adanya Pandemi covid-19 yang dikeluarkan PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan social berskala besar yaitu membatasi pergerakan orang dan barang dan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah. Hal tersebut juga berdampak pada terbatasnya operasional UMKM dan menurunnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa sebelum terjadinya pandemic. Hal ini membuat pelaku usaha harus pintar - pintar menyesuaikan diri dengan cara bejualan online atau yang disebut dengan *e-commerce*. Pengertian dari *e-commerce* adalah sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan elektronik yang dimiliki oleh pelaku usaha. Dalam Penelitian (W. L. Hardilawati, 2019) dan (Setyorini et al., 2019) mengatakan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM dimasa pandemic seperti ini, mereka menyimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM.

Penjualan produk suatu usaha juga membutuhkan strategi pemasaran yang inovatif unik dan menarik, agar para kosumen tertarik dikarenakan pada masa pandemic seperti ini banyak usaha yang merugi dan omsetnya menurun dikarenakan dampak

dari covid-19 ini. Para pelaku UMKM harus mampu merebranding produk mereka guna laku dipasaran era digital *e-commers*, biasanya mereka menggunakan promosi di social media seperti instagram, facebook, marketplace, whatsapp, dll. Dengan adanya diskon biasanya membuat para konsumen tertarik dengan produk para UMKM yang mereka jual. Menurunnya penjualan dan kepercayaan konsumen juga berpengaruh terhadap bisnis UMKM, hal ini membuat pelaku usaha perlu membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan konsumen ataupun *relationship marketing*. *Relationship marketing* merupakan orientasi bisnis yang terfokus pada menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan membangun hubungan yang erat dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen hingga menciptakan transaksi ulang hingga terbentuk loyalitas konsumen (Kotler et al., 2012). Penelitian ini dilakukan untuk menjawab apa yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk dapat mempertahankan bisnis mereka di tengah Pandemi covid-19 yang melanda Dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM sehingga mereka mampu terus bertahan dan menjadi lebih responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi covid-19.

Lingkungan perusahaan merupakan salah satu kunci untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Faktor-faktor lingkungan dapat berasal dari internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan yang nantinya akan dijabarkan lagi ke dalam beberapa bidang antara lain keadaan keuangan, kemampuan karyawan, dan manajemen perusahaan sedangkan faktor eksternal meliputi berbagai hal maupun kejadian di luar perusahaan yang nantinya akan berpengaruh terhadap kinerja

perusahaan dan penjualan suatu produk yang dibagi menjadi peluang dan ancaman. Peluang dan ancaman ini nanti akan sangat bervariasi dan berasal dari pihak pesaing maupun konsumen. Jika kedua faktor tersebut dapat diatur dengan baik oleh perusahaan maka visi dan misi perusahaan akan cepat tercapai.

Hal tersebut juga berlaku pada UD.Bengkel Kriya Daun 9996 yang bergerak dalam bidang kewirausahaan karena perusahaan ini memiliki banyak pesaing sehingga dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang kuat. Produk yang dijual oleh perusahaan ini adalah segala jenis pernak-pernik kerajinan tangan yang ada di Surabaya. Untuk itu perusahaan tersebut perlu melakukan analisis SWOT yang bertujuan untuk menemukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di dalam suatu perusahaan

Dengan kriteria tersebut maka analisis yang sesuai untuk digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).” (Freddy Rangkuti, 2013). Analisis SWOT telah menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia bisnis. Metode ini merupakan sebuah analisa yang cukup baik, efektif dan efisien serta sebagai alat yang cepat dan tepat dalam menemukan dan mengenali kemungkinan-kemungkinan yang berkaitan dengan inovasi baru dalam dunia bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara pelaku UMKM untuk dapat mempertahankan bisnis mereka ditengah pandemi covid-19 (Studi Kasus pada UD.Bengkel Kriya Daun 9996)?
2. Bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada UMKM di bengkel kriya daun 9996?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan dan menjabarkan apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM terutama saat terjadi covid-19.
2. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada bengkel kriya daun 9996?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi penelitian dikemudian hari sebagai wawasan untuk menerapkan ilmu pengetahuan khususnya pengetahuan di strategi SWOT,serta dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Bagi Peneliti, Penelitian ini dilakukan sebagai penerapan ilmu Akuntansi saat pembelajaran kelas di lingkup Universitas.

b) Bagi Universitas

Melalui Penelitian ini di harapkan dapat menjadi refrensi tambahan agar dapat di gunakan pada penelitian selanjutnya dengan tema serupa.

c) Bagi Para Pelaku Umkm

Peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber ilmu dan refrensi bagi semua pembaca,khususnya para pelaku umkm saat ini yang mengalami penurunan setelah adanya pandemic covid-19 dalam memahami tentang Analisis Strartegi Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Mengahadapi Covid-19 (Studi Kasus Pada UD.Bengkel Kriya Daun 9996)".

d) Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian yang fokus penelitiannya sama,diharapkan dapat menjadi pelengkap atas kekurangan yang di temui dalam penelitian saat ini.

1.5 Fokus Penelitian dan Keterbatasan

Fokus dalam penelitian ini adalah pada penggalian informasi tentang strategi analisis SWOT berhubungan dengan UMKM ditengah Pandemic Covid-19 yang berdampak pada menurunnya ekonomi di awal tahun 2020. Apabila ada tambahan informasi diluar fokus penelitian ini maka dapat diambil sebagai pendukung dengan menyesuaikan permasalahan yang diajukan.

Penelitian ini membatasi permasalahan agar tidak melebar dari fokus yang telah ditetapkan maka tempat, pelaku dan aktivitas menyesuaikan dengan waktu penelitian yang ditentukan sehingga jika ada fenomena, peristiwa yang mendukung namun tidak dapat diikut sertakan dalam penelitian ini, maka dapat dilakukan pada penelitian berikutnya.