

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Konteks Penelitian**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM merupakan sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Hal tersebut dikarenakan UMKM sangat sesuai dengan sistem ekonomi yang dianut oleh Indonesia, yaitu sistem ekonomi kerakyatan, di mana kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan mayoritas dilakukan oleh rakyat dengan cara swadaya mengelola sumberdaya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan dan dikuasainya. Selain itu, UMKM mampu berkontribusi dalam mengurangi pengangguran, yaitu dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, terutama masyarakat di sekitarnya. Sehingga kesejahteraan masyarakat mengalami peningkatan. Oleh karena itu, UMKM dikatakan menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

UMKM juga menjadi kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia dari tahun 2010 sampai 2018 jumlah dari UMKM terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Di mana datanya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia (Unit) Tahun 2010-2018**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah (Unit)</b> |
|--------------|----------------------|
| 2010         | 52.764.750           |
| 2011         | 54.114.821           |
| 2012         | 55.206.444           |
| 2013         | 56.534.592           |

Lanjutan tabel...

**Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia (Unit) Tahun 2010-2018**

|      |            |
|------|------------|
| 2014 | 57.895.721 |
| 2015 | 59.262.772 |
| 2016 | 61.651.177 |
| 2017 | 62.922.617 |
| 2018 | 64.194.057 |

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia

Selain itu, UMKM telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis ekonomi, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis.<sup>1</sup> Tahun 1998, di mana banyak usaha berskala besar mengalami stagnasi bahkan terhenti aktivitasnya, akan tetapi UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Hal ini dikarenakan UMKM memiliki daya responsif, fleksibilitas, dan adaptasi yang luar biasa terhadap berbagai perubahan pasar. Selain itu, mayoritas usaha berskala kecil tidak bergantung dengan modal besar atau pinjaman dari luar negeri dalam mata uang asing. Sehingga pada saat fluktuasi nilai tukar mata uang, UMKM tidak berpotensi mengalami krisis.

UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta

---

<sup>1</sup> Mohammad Nur Singgih, *Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia*, Modernisasi, Volume 3, Nomor 3, Oktober 2007, hal. 220.

kontribusinya terhadap neraca pembayaran.<sup>2</sup> Adapun kontribusi UMKM terhadap PDB atas dasar harga berlaku berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, di mana data dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut.

**Tabel 1.2 Kontribusi UMKM terhadap PDB Atas Dasar Harga Berlaku(Milyar Rupiah) Tahun 2010-2018**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah (Milyar Rupiah)</b> |
|--------------|-------------------------------|
| 2010         | 2.969.346,2                   |
| 2011         | 3.411.574,7                   |
| 2012         | 4.321.830,0                   |
| 2013         | 4.869.568,1                   |
| 2014         | 5.440.007,9                   |
| 2015         | 6.228.285,0                   |
| 2016         | 7.009.283,0                   |
| 2017         | 7.820.282,6                   |
| 2018         | 8.573.895,3                   |

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa UMKM dalam memberikan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Tahun 2020, krisis ekonomi kembali mengguncang Indonesia bahkan seluruh negara yang ada di dunia. Krisis ekonomi tahun 2020, berbeda dengan krisis ekonomi 2008 dan krisis ekonomi 1998. Terjadinya krisis ekonomi tahun 2020 bukan karena berasal dari isu ekonomi, akan tetapi berasal dari isu kesehatan, yakni akibat ditemukannya jenis virus baru yang sangat berbahaya, di mana penularannya sangat cepat dan hanya dalam beberapa bulan saja sudah menyebar hampir ke seluruh penjuru dunia. Penyebab cepatnya penularan virus tersebut adalah penularannya yang bisa

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, hal. 224.

melalui kontak manusia dan mengalami kesulitan dalam mendeteksi virus tersebut, ditambah dengan aktivitas sosial yang sangat sulit untuk dihindari dan dampaknya yang dapat mengakibatkan kematian membuat seluruh masyarakat di dunia merasa was-was dan khawatir. Virus baru tersebut dinamakan dengan virus *SARSCOVID-19* atau yang dikenal dengan virus korona. Virus ini dideteksi pertama kali muncul di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Cina pada Desember 2019. Kemudian Indonesia mengkonfirmasi kasus virus *covid-19* pada tanggal 2 Maret 2020. Dikarenakan kasus yang semakin hari semakin meningkat, maka pihak WHO (*World Health Organization*) menyatakan bahwa keadaan ini ditetapkan menjadi Pandemi Global pada tanggal 11 Maret 2020.

Dampak ekonomi yang dirasakan Indonesia dengan adanya pandemi *covid-19* ini adalah menurunnya aktivitas industri usaha dan banyaknya kerugian yang harus ditanggung. Misalnya, pada industri pariwisata, Asosiasi Agen Perjalanan Indonesia (Astindo) mencatat penurunan penjualan hampir 90% karena pembatalan pada tanggal 12 Maret. Asosiasi mencatat bahwa potensi kerugian pada bulan Februari saja dapat mencapai Rp 4 triliun (US \$ 244,96 juta) di antara para anggotanya. Pada industri perhotelan, menurut Maulana Yusran selaku Sekretaris Jenderal PHRI bahwa tingkat hunian hotel di Indonesia telah turun menjadi 30 – 40 % sejak wabah dimulai pada awal Januari. Pada industri penerbangan, berdasarkan penjelasan dari Denon Prawiratmadja selaku Ketua *Indonesia National Air Carrier Association* (INACA) maskapai penerbangan Indonesia telah

memotong penerbangan dan rute hingga 50% atau lebih karena penurunan jumlah penumpang. Operator bandara PT Angkasa Pura I melaporkan sebanyak 12.703 pembatalan penerbangan yang mempengaruhi 1,67 juta penumpang pada bulan Januari dan Februari 2020. Pada industri makanan dan minuman, PT Moka Teknologi Indonesia yang merupakan perusahaan pemula yang menyediakan layanan kasir digital untuk lebih dari 30.000 pedagang di Indonesia, melaporkan bahwa 13 kota dan 17 kota yang diamati mengalami penurunan signifikan dalam pendapatan harian. Pada industri retail, Budihardjo Iduansjah selaku Ketua Asosiasi Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) menjelaskan bahwa jumlah pengunjung *mall* telah mengalami penurunan hingga 50% setelah adanya pengumuman kasus pertama *covid-19*.<sup>3</sup>

Bahkan UMKM yang dikenal dengan usaha yang tahan akan adanya krisis ekonomi, mulai merasakan dampak dari adanya pandemi ini. Mulai dari kesulitan mendapatkan modal, tingkat penjualan mengalami penurunan, produksi mengalami penurunan karena terkendala bahan baku, proses distribusi juga mengalami keterlambatan dikarenakan banyak wilayah di Indonesia yang melakukan PSBB hingga *lockdown* dan untuk pengiriman luar negeri/ekspor juga terhambat akibat penerbangan yang dibatasi juga adanya kebijakan dari negara yang dituju sedang tidak menerima barang dari luar negeri. Selain itu, dengan adanya pandemi ini, nilai rupiah mengalami kecenderungan melemah hingga mencapai Rp 16.649 terhadap 1

---

<sup>3</sup> Tonni Limbong, (ed.), *Pandemik Covid-19: Persoalan dan Refleksi di Indonesia*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 69-70.

dollar Amerika Serikat pada tanggal 2 April 2020 dan pertumbuhan ekonomi pun juga mengalami kontraksi yang cukup, yaitu dari 4,97 di kuartal 4 tahun 2019 menjadi 2,97 pada kuartal pertama 2020.

Oleh karena itu, agar ekonomi dalam negeri agar tidak terpuruk dan tetap menjaga agar sektor riil Tanah Air tetap bergerak, maka sektor usaha terutama UMKM harus tetap bertahan. Mengingat UMKM merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, pemerintah memberikan perhatian yang intens dan senantiasa memberikan dukungan untuk UMKM agar tetap melakukan aktivitas usahanya dan diharapkan tidak melakukan PHK dengan mengeluarkan kebijakan-kebijakan seperti memberikan insentif ekonomi dan memberikan relaksasi kredit bagi UMKM terutama untuk nilai kredit di bawah Rp 10 milyar baik kredit perbankan maupun industri keuangan non-bank.

Selain bantuan dan kebijakan dari pemerintah, banyak dari pakar-pakar ekonomi yang juga memberikan saran mengenai cara untuk bertahan atau *survive* di masa pandemi ini, salah satunya adalah dengan mengubah atau menambah sistem pemasaran yang tadinya hanya *offline* saja menjadi atau menambah dengan sistem *online*. Hal ini dikarenakan pemasaran dan jual beli dengan sistem *online* lebih fleksibel dibandingkan dengan sistem *offline*, di antaranya dalam melakukan kegiatan jual beli tidak memerlukan adanya tatap muka secara langsung dan dapat dilakukan di manapun kapanpun. Oleh karena itu, pada masa pandemi ini, di mana interaksi langsung sesama manusia dibatasi dan dianjurkan untuk di rumah saja,

maka sistem jualan *online* sangat cocok menjadi pilihan untuk mempertahankan kegiatan bisnis tetap berjalan di masa pandemi.

Dengan banyaknya UMKM yang beralih dengan sistem *online*, maka akan dapat mempercepat teralisasinya UMKM 4.0 yang sudah dirancang sejak 2019, dapat menjadikan UMKM Indonesia mendominasi pasar global dan menjangkau konsumen tanpa batas. Hal ini dikarenakan menurut Naisbit, perkembangan ekonomi dunia akan didominasi oleh usaha kecil dan menengah, sehingga negara yang memiliki jaringan yang kuat pada usaha kecil dan menengahnya akan berhasil dalam persaingan di pasar global.<sup>4</sup> Dengan menggunakan peluang tersebut dengan baik, maka tidak ada kata tidak mungkin Indonesia akan menjadi pendominasi pasar dunia melalui UMKMnya.

Adzkia Hijab Syari merupakan salah satu UMKM yang ada di Tulungagung, Jawa Timur. Adzkia Hijab Syari merupakan usaha yang fokus di bidang bisnis *online* gamis syari yang melayani pengiriman baik dalam maupun luar negeri. Usaha ini didirikan pada tahun 2013 yang beralamat di Jl. Mastrip No. 33 Jepun Tulungagung. Meskipun pada masa pandemi ini, Adzkia Hijab Syari tetap menjalankan kegiatan bisnis seperti biasanya dan sejak awal berdirinya hanya fokus dengan sistem *online* dalam kegiatan jual belinya, akan tetapi Adzkia Hijab Syari juga mengalami kendala dengan adanya pandemi ini, di antaranya penjualan mengalami penurunan dikarenakan daya beli konsumen yang juga mengalami penurunan akibat

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, hal. 225.

banyak yang tidak bekerja untuk sementara waktu dikarenakan tempat bekerja ditutup dan bahkan juga ada yang mengalami pemutusan hubungan kerja, susahnyanya untuk mendapatkan bahan baku yang berakibat pada menurunnya juga produk yang diproduksi karena *supplier* melakukan PSBB dan produksi juga terbatas, dalam hal pengiriman juga mengalami keterlambatan dan penundaan sebagai akibat dari kebijakan PSBB, *lockdown*, dan penutupan jalan di beberapa daerah, sehingga dari pihak ekspedisi juga mengalami kesulitan dalam mendistribusikan paket ke konsumen.

Adapun mengenai penurunan volume penjualan dari Adzkia Hijab Syari akibat dampak dari pandemi *COVID-19* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.3 Volume Penjualan Adzkia Hijab Syari Tahun 2017-2020**

| Bulan        | Volume Penjualan (pcs) |               |               |               |
|--------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|
|              | Tahun 2017             | Tahun 2018    | Tahun 2019    | Tahun 2020    |
| Jan          | 3.176                  | 2.984         | 3.116         | 3.318         |
| Feb          | 3.423                  | 3.176         | 3.984         | 3.157         |
| Mar          | 3.676                  | 3.427         | 3.178         | 3.115         |
| Apr          | 3.908                  | 4.786         | 3.274         | 3.086         |
| Mei          | 4.860                  | 4.987         | 5.790         | 2.986         |
| Jun          | 3.546                  | 4.996         | 4.120         | 3.994         |
| Jul          | 3.687                  | 5.321         | 3.127         | 4.387         |
| Agst         | 5.234                  | 3.157         | 3.738         | 3.505         |
| Sept         | 3.646                  | 3.743         | 3.960         | 3.217         |
| Okt          | 3.253                  | 3.217         | 3.493         | 3.165         |
| Nov          | 3.129                  | 3.417         | 3.524         |               |
| Des          | 3.973                  | 3.321         | 4.114         |               |
| <b>Total</b> | <b>45.511</b>          | <b>46.532</b> | <b>45.418</b> | <b>33.930</b> |

Sumber: Adzkia Hijab Syari Tulungagung (Data Diolah)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan volume penjualan dari produk Adzkia Hijab Syari antara sebelum pandemi *COVID-19* (tahun 2017, 2018, 2019) dan setelah adanya pandemi (tahun



2020), yang mana pada terdapat penurunan volume penjualan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Sehingga berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Bertahan Pelaku Usaha di Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus Pada Bisnis Online Adzkia Hijab Syari Tulungagung).”

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kinerja Adzkia Hijab Syari di tengah masa pandemi *covid-19* ?
2. Bagaimana cara Adzkia Hijab Syari mempertahankan usaha bisnis di tengah masa pandemi *covid-19* ?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dan solusi Adzkia Hijab Syari mempertahankan usaha di tengah masa pandemi *covid-19*?
4. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat Adzkia Hijab Syari mempertahankan usaha bisnis di tengah masa pandemi *covid-19*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kinerja Adzkia Hijab Syari di tengah masa pandemi *covid-19*.
2. Untuk mengetahui cara Adzkia Hijab Syari mempertahankan usaha bisnis di tengah masa pandemi *covid-19*.

3. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dan solusi Adzkia Hijab Syari mempertahankan usaha di tengah masa pandemi *covid-19*.
4. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Adzkia Hijab Syari dalam mempertahankan usaha bisnis di tengah Pandemi *covid-19*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat, antara lain:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tempat untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama di bangku perkuliahan. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur untuk pengembangan khasanah keilmuan di bidang manajemen strategis, terutama dalam hal strategi bertahan suatu usaha yang dapat dijadikan bahan referensi baik bagi pelaku usaha ataupun bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian di bidang yang sama.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Adzkia Hijab Syari, diharapkan penelitian ini dapat menularkan inovasi, motivasi, kegigihan, dan ketangguhan bagi sesama pelaku usaha dalam menghadapi situasi sulit, seperti di situasi pandemi *covid-19*.
- b. Bagi para pelaku usaha, diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi ketika usaha yang dijalankan ikut terdampak atas situasi yang sulit, seperti ketika masa krisis ekonomi karena pandemi *covid-*

19 atau masa sulit lainnya, agar usaha tersebut masih bisa bertahan dan masih menjalankan aktivitas bisnisnya seperti biasa (tanpa ada pengurangan tenaga kerja) serta dapat membantu perekonomian negara agar tidak terlalu berada di posisi rendah.

- c. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih terhadap perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung, terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang Ilmu Manajemen Strategis.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan referensi ataupun bahan pertimbangan bagi mereka yang melakukan penelitian lebih lanjut atau penelitian dengan tema yang serupa.

## **E. Penegasan Istilah**

### **1. Penegasan Konseptual**

Untuk menghindari terjadinya ketidaksamaan atau kerancuan pemahaman dalam membaca skripsi dengan judul “Strategi Bertahan Pelaku Usaha di Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus Pada Bisnis Online Adzkia Hijab Syari Tulungagung)” maka diperlukan adanya penegasan istilah secara konseptual. Berikut istilah-istilah yang terdapat dalam penelitian ini:

- a. Strategi bertahan adalah menyeimbangkan antara tindakan jangka pendek sebagai upaya penyelamatan perusahaan dan pemikiran jangka panjang, dengan cara menerima realitas tanpa diikuti kecemasan yang

berlebihan. Di satu sisi peka terhadap krisis dan di sisi lain bersikap positif, sehingga tidak kehilangan harapan dan larut dalam kecemasan.<sup>5</sup>

- b. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.<sup>6</sup>
- c. Bisnis online adalah bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa.<sup>7</sup>
- d. Pandemi *covid-19* adalah menyebarnya penyakit dengan jumlah yang sangat besar di belahan dunia akibat munculnya virus *covid-19*.<sup>8</sup>

## 2. Penegasan Operasional

Adapun secara operasional, penelitian ini akan menjelaskan tentang perubahan kinerja bisnis online Adzkie Hijab Syari, baik dalam bidang konsumsi, produksi, dan pemasaran produk pada masa pandemi *covid-19*. Dilanjut dengan strategi bertahan yang digunakan Adzkie Hijab Syari agar bisa tetap menjalankan bisnis tersebut.

## F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan atau penyusunan laporan dengan model penelitian kualitatif dapat dibedakan menjadi tiga bagian utama, yaitu:

---

<sup>5</sup> Susanto, *Superleadership: Leading Others to Lead*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 63.

<sup>6</sup> Jerry RH Wuisang, dkk, *Konsep Kewirausahaan dan UMKM*, (Minahasa Utara: Yayasan Makaria Waya, 2019), hal. 58.

<sup>7</sup> James Timothy, *Membangun Bisnis Online*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hal. 2.

<sup>8</sup> Tonni Limbong, (ed.), *Pandemik Covid-19: Persoalan dan Refleksi di Indonesia...*, hal. 1.

## 1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

## 2. Bagian Utama

Pada bagian utama ini, terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

### a. Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah (bila perlu), manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan.

### b. Bab II: Kajian Pustaka

Pada bab ini berisikan uraian tentang tinjauan pustaka yang berasal dari buku-buku teks yang berisi teori-teori dasar (*grand theory*) dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian-penelitian terdahulu. Di mana keberadaan teori tersebut digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan hasil penelitian di lapangan.

### Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang dipilih, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

#### Bab IV: Hasil Penelitian

Pada bab ini berisikan uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

#### Bab V: Pembahasan

Pada bab ini memuat keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori, dimensi-dimensi, dan posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang yang diungkap di lapangan (*grounded theory*).

#### Bab VI: Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas seluruh hasil penelitian serta saran yang ditujukan kepada peneliti dalam bidang sejenis yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.