

ABSTRAK

Wabah Covid-19 masuk ke Indonesia pada tahun 2020. Sebagai sebuah pencapaian yang signifikan dalam perekonomian Indonesia, UMKM tentu saja mengalami dampak yang sangat besar karena adanya pandemi Covid-19. Digitalisasi menjadi kunci bagi UMKM untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19. Khususnya pada jenis item *fashion*, yang selama pandemi Covid-19 sangat luat biasa. Sebanyak 90 persen UMKM di Bandung terdampak pandemi Covid-19. Saat pandemi Covid-19 membuat keuangan melemah, brand-brand ternama mulai bangkit kembali dengan salah satu bisnis menggunakan website.

Kondisi pandemi ini sedikit banyak menyebabkan banyak bisnis mengalami masalah dan bahkan mengalami kebangkrutan. Hal ini disebabkan karena banyak hal, salah satunya karena kurangnya kemampuan adaptasi. Alasan lainnya yang membuat era pandemi ini bisa jadi salah satu alasan yang tepat untuk memulai bisnis terutama di bidang *fashion* yaitu teknologi yang semakin maju. Hal ini disebabkan karena teknologi yang saat ini dibuat memang memudahkan dan bertujuan untuk mengurangi kontak antara penjual dan pembeli. Selanjutnya banyak orang yang awalnya tidak mau berpindah dari platform *offline* ke *online* terpaksa harus memaksimalkan pemasaran digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberhasilan berwirausaha bidang *fashion* di Kota Bandung berdasarkan indikator faktor-faktor keberhasilan usaha yang meliputi *Modifications* direncanakan dalam hal modifikasi proses, modifikasi produk dan juga perubahan dalam model bisnis. *Functional areas* seperti HRM, *finance* dan *marketing*. Pada HRM, sumber daya manusia menjadi salah satu area fungsional bisnis yang paling terpengaruh terhadap pertumbuhan negatif dan positif tergantung pada jenis bisnisnya. *Finance* revisi anggaran dan pengurangan biaya untuk penggunaan layanan atau produk. *Marketing* penekanan lebih untuk pemasaran digital dengan menggunakan media sosial yang efektif dan fokus pada strategi manajemen hubungan pelanggan. *Technology adoption* bantuan teknologi ini dapat membantu pelaku bisnis melakukan penjualan secara *online* sehingga mendapatkan jangkauan pelanggan yang banyak. *Other sources of business continuation* bisnis yang terikat untuk memodifikasi serta membentuk

beberapa strategi jangka panjang dan jangka pendek untuk kelangsungan pertumbuhan bisnis yang dilakukan. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah usaha mikro Havanyawears, RDL, UNPLGD, Tattyara dan Minimimo.

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian data secara deskriptif dan multi-kasus untuk menemukan persamaan dan perbedaan pendorong keberhasilan usaha pada kelima usaha di bidang *fashion* di Kota Bandung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha di bidang *fashion* yang diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini adalah *owner* dari Havanyawears, RDL, UNPLGD, Tattyara dan Minimimo.

Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa kelima pelaku usaha *fashion* di Bandung dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usahanya di masa pandemi ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi terhadap proses usaha lainnya yang dijalankan oleh pelaku usaha lainnya.

Kata kunci: *Fashion*, Usaha Mikro, Keberhasilan Usaha, Covid-19