BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Menurut *ASEAN Investment Report* pada bulan September 2022, Negara Indonesia memiliki UMKM terbanyak di kawasan *ASEAN.* Tercatat di Indonesia Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada tahun 2021 terdapat 65,46 juta unit usaha, dibandingkan dengan negara lain di *ASEAN*. Pada tahun 2021 UMKM di Indonesia dapat menciptakan 97% tenaga kerja, UMKM juga memberikan kontribusi kepada negara terhadap produk domestic bruto sebesar 60%, serta pelaku usaha mikro juga berkontribusi terhadap ekspor nasional sebesar 14,4%. Akan tetapi untuk dari segi kinerja dan ekspor yang dilakukan pelaku usaha Indonesia masih tertinggal dari negara ASEAN lainnya, sehingga pemerintah mendorong peningkatan Kinerja para pelaku UMKM dengan cara melakukan digitalisasi. (Katadata.co.id, 2022).

UMKM di Negara Indonesia menciptakan kontribusi kepada Indonesia dengan persentase 97% dari tenaga kerja, berkontribusi terhadap produk domestik bruto sebesar 60% dari total UMKM yaitu sebesar 65,46 juta. (Katadata.co.id, 2022). Berikut merupakan tabel perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) tahun 2018-2019.

Tabel 1.1 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar Kota Bekasi (UB)

No	Indikator	Satuan	Tahun 2018		Tahun 2019		Perkembangan tahun 2018-2019	
			Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1	Unit Usaha UMKM	Unit	64.194.057	99,99	65.465.497	99,99	1.271.440	1,98

No	Indikator	Satuan	Tahun 2018		Tahun 2019		Perkembangan tahun 2018-2019	
			Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
2	Tenaga Kerja	Orang	116.878.631	97,00	119.562.843	96,92	2.584.212	2,21
3	PDB atas dasar harga berlaku	Rp.Miliar	9.062.583	61,07	9.580.762	60,51	518.181	5,72
4	PDB atas dasar harga konstan	Rp.Miliar	5.721.148	57,24	5.931.690	57,24	210.541	3,68
5	Total ekspor non migas	Rp.Miliar	293.840,9	14,37	339.190	15,65	45.349	15,43
6	Investasi atas dasar harga berlaku	Rp.Miliar	2.564.549	60,42	2.619.382	60,03	54.832	2,14
7	Investasi atas dasar harga konstan	Rp.Miliar	1.675.139	54,89	1.716.750	54,21	41.610	2,48

Sumber: Kemenkopukm.go.id, 2019

Dapat dilihat pada Tabel 1.1, bahwa UMKM yang terdaftar pada tahun 2018 yaitu sejumlah 64.1 Juta unit dengan tenaga kerja pada tahun 2018 sebesar 116.878.631 juta Orang yang dipekerjakan, serta pada tahun itu juga UMKM dan

Usaha Besar (UB) membantu perekonomian nasional sebesar Rp. 9.067 miliar. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan UMKM yang terdaftar menjadi 65 Juta unit atau meningkat sebesar 2%, untuk tenaga kerja yang dipekerjakan juga meningkat sebesar 2,21% dan kontribusi UMKM dan UB terhadap perekonomian negara meningkat sebesar 5,72%.

Dari sejumlah 64 juta UMKM di seluruh Indonesia, mereka mencerminkan tenaga kerja secara nasional sebanyak 97%, sehingga pencapaian tersebut menjadikan bahwa UMKM merupakan sebagai penopang perekonomian negara Indonesia. Dirjen Semuel mengatakan bahwa kementerian kominfo melakukan program mengadopsi teknologi digital 4.0 kepada pelaku usaha UMKM (aptika.kominfo.go.id, 2022).

Menurut Kriseka Putri dan Annisa (2023:3) dalam jurnal berjudul "*Impact of the Covid-19 pandemic on women entrepreneurs in Sukoharjo Regency*" Dengan hadirnya wabah covid-19, memberikan dampak kepada masyarakat indonesia tidak hanya kepada kesehatan fisik akan tetapi terjadi kepada kondisi psikologis setiap individu.

Pandemi covid-19 merupakan sebuah bencana besar bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah, karena mengakibatkan penurunan pada sektor ekonomi. Tidak hanya bagi perusahaan besar saja yang berdampak akibat pandemic covid-19 tetapi juga bagi para pelaku usaha mikro, Kecil dan menengah (UMKM) juga mengalami dampaknya. Adanya laporan dari *Organization for economic Co-operation and development (OECD)* mengatakan bahwa pada masa pandemic covid-19 ini dapat mengancam krisis ekonomi yang dimana ditandai dengan berhentinya aktivitas secara langsung produksi berbagai negara, jatuhnya tingkat konsumsi masyarakat serta hilangnya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan atau UMKM (Nalini, 2021).

Inovasi produk yang sudah ada maupun yang belum merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh perusahaan. Mengganti produk yang sudah lama atau sudah jenuh diperlukan adanya inovasi, sehingga akan meningkatkan keinginan dan pembelian produk terbaru yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Putri *et al*, 2022)

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu penopang perekonomian daerah dan juga secara nasional. Secara umum UMKM memiliki peluang untuk meningkatkan ekonomi, penyedia informasi tenaga kerja, pemain utama pada pengembangan ekonomi lokal dan kepada masyarakat, serta penyumbang pendapatan nasional atau kepada negara. Tidak hanya kepada negara tetapi juga dalam meningkatkan jenjang karir untuk kesempatan kerja, sebagai sumber pendapatan bagi orang yang kurang mampu serta sebagai penopang pembangunan ekonomi di daerah pedesaan.Peningkatan jumlah para pelaku UMKM melakukan transformasi bisnis mereka yang sebelumnya dari tradisional, manual berubah menjadi secara digital. Hal ini untuk mengoptimalkan bagi Indonesia menciptakan proses bisnis yang dilakukan secara digital dan mudah (djkn.kemenkeu.go.id, 2022)

Untuk dapat beradaptasi dan bertahan di masa pandemi covid-19 para pelaku UMKM harus bisa mengikuti perubahan proses bisnisnya, yaitu dengan melakukan digitalisasi, karena pandemi covid-19 menjadi masa yang sulit bagi para pelaku UMKM banyak yang melakukan aksi gulung tikar, karena para UMKM tersebut tidak bisa beradaptasi di masa pandemi serta para UMKM tidak melakukan modifikasi produk atau proses bisnisnya menjadi digital. Sehingga diperlukan adanya peningkatan kemampuan para pelaku UMKM untuk memiliki pengetahuan mengenai pemasaran secara online (dikti.kemendikbud.go.id, 2021)

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang ada di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini ditunjang oleh beberapa aktivitas seperti tekstil, perhotelan, restoran hingga pengusaha kecil. Dengan adanya aktivitas industri tersebut menjadi penopang pertumbuhan ekonomi di Kota Bekasi, banyaknya aktivitas tersebut membuat Kota Bekasi banyak dilalui oleh kendaraan besar dari sebuah pabrik di Bekasi.

Banyaknya aktivitas penunjang ekonomi Kota Bekasi, pertumbuhan ekonomi Kota Bekasi selama tahun 2021 didapatkan dari lapangan usaha industri pengolahan yaitu mencapai 34%, kemudian oleh lapangan usaha perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 21,87% serta lapangan usaha transportasi dan pergudangan sebesar 10,05%, hal ini menunjukan bahwa pada

tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Kota Bekasi meningkat sebesar 3,22%. Dengan adanya pandemi covid-19 menjadi adanya perubahan ekonomi yang buruk terhadap ekonomi dunia.

Para pelaku UMKM pada sektor kuliner atau makanan di Kabupaten Bekasi dalam masa pandemi covid-19 masih tetap bertahan untuk melakukan aktivitas produksi dan memasarkan produknya meskipun omset mereka turun sebesar 20%. Hal yang mendorong mereka tetap bertahan karena mereka melakukan strategi yang berbeda dari sebelumnya yaitu dengan memasarkan dan menjual produknya secara online (bekasikab.go.id, 2020)

Tabel 1.2 Data UMKM berdasarkan wilayah di Kota Bekasi, Kecamatan Jatiasih Tahun 2021-2022

Alamat	Jenis Usaha	Kecamatan	Omset
Jl.Gamprit 2 ujung RT/RW 001/009.	Warung Gabus Pucung Imah	Jati Asih	-
Jl. Abimanyu 1 no.5 komp. Pemda Blok B	Makita	Jati Asih	Rp. 10.000.000
Jl. Lebak Asih no 6, RT 01/ Rw 04, Kel. Jatiasih, Kec. Jatiasih, Kota Bekasi	Bubble Kitchen	Jati Asih	Rp. 20.000.000
Vinifera Residence Blok B5 Kp.Kebantenan. Jatiasih. Jatiasih. Kota Bekasi. Jawa Barat	Queenshine	Jati Asih	Rp. 3.000.000
Kp.Kebantenan Rt.004 Rw.004 No.43 Jatiasih.	Bubur Sum-sum	Jati Asih	Rp. 5.000.000
Jl Bina Asih 2 RT 5/9	Sop Betawi Bang Adnan	Jati Asih	Rp. 800.000

Jalan Semar iii B ii No 2 Komplek Pemda Jatiasih	Waroeng Djajan Bekasi	Jati Asih	Rp. 2.000.000
Kp bulak jalan rawa semut 2 rt 02/03	Keripik Pisang Mentega Banana Poetra	Jati Asih	Rp. 1.300.000
Kp. Pedurenan RT.008/003	RM. Gabus Pucung Khas Betawi	Jati Asih	-
Alamat	Jenis Usaha	Kecamatan	Omset
Kp. Pondok Benda RT/RW 008/003	Gabus Pucung RW Rahman	Jati Asih	-
Kp. Kebantenan RT/RW 009/003	Warung Betawi Tamit Riman	Jati Asih	-
Kemang Ifi Graha Jl Salatiga Blok D4 no 5A	Bakoel Roemahan	Jati Asih	Rp. 6.000.000
Jl. Kp. Pondok Benda no 90 Rt. 03/Rw. 01	Dapoer Riana	Jati Asih	Rp. 2.000.000
Villa Jatirasa Jl. Camar D17/3 Rt. 05/011, Jatirasa jatiasih Bekasi	Asinan Betawi	Jati Asih	Rp. 6.000.000
Kp. Pondok Benda RT 009/003	Lontong Sayur	Jati Asih	-
Pesona Jatiasih Permai A2/4 RT 006/001	Ozie Fried Chicken	Jati Asih	-
Perumahan Villa Jatirasa Jl. Merak Blok D9/25 RT 002 RW 012	Hannah Food	Jati Asih	-

Jl. Rembang No. 11	Leova Cake & Cookies	Jati Asih	Rp. 1.500.000
Jl. Arwana Perum Pondok Gede Permai Blok B3 No.18 RT.009 RW.010	Mama Aan Cake	Jati Asih	Rp. 3.000.000

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah kota Bekasi, 2023

Pada tabel 1.2 Didapatkan beberapa UMKM yang terdaftar dari 209 oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah kota Bekasi. UMKM pada sektor kuliner di Kota Bekasi menjadi salah satu penopang pertumbuhan perekonomian yang besar di Bekasi. Sehingga mereka dengan adanya pandemi covid-19 sampai saat ini tetap bertahan meskipun omset yang mereka dapatkan turun sebesar 20%, mereka juga melakukan berbagai cara untuk mempertahankan penjualan mereka mulai dari produk, strategi bisnis, perubahan layanan dan lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul : "**KETAHANAN WIRAUSAHA DAN EFIKASI DIRI SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Usaha Mikro Sektor Kuliner di Kota Bekasi)**"

1.2 Perumusan masalah

Usaha di bidang kuliner pada saat pandemic covid-19 mendapatkan perhatian banyak orang, karena semakin banyak orang-orang yang menjual produk pada sektor kuliner, walaupun omset mereka berkurang 20%. Sehingga mereka tetap bertahan hingga saat ini untuk melanjutkan penjualannya dengan melakukan perubahan pada bisnisnya. Berikut merupakan Objek dari penelitian ini,

1.2.1 Rumah Kue Cinta

Rumah Kue Cinta merupakan usaha kecil yang menjual berbagai macam kue mulai dari kue kering, kue bolu, hingga kue ulang tahun. Tidak hanya kue saja tetapi Rumah Kue Cinta juga menyediakan pemesanan katering dengan makanan yang berbeda-beda setiap harinya. Bisnis ini dikelola oleh ownernya sendiri

bernama Deny Lesmawaty. Rumah kue cinta berdiri sejak tahun 2012, proses produksi kue dilakukan dirumah ownernya sendiri, untuk kue Rumah Kue Cinta membuka pemesanan hanya pada hari tertentu saja seperti bulan puasa menjelang Idul Fitri. Pembelian bahan baku dan peralatan lainnya Rumah Kue Cinta ini sudah memiliki partner sendiri, ketika ada bahan yang kurang pemilik tersebut tinggal menghubungi tempat bahan baku tersebut. Untuk omsetnya sendiri dari penjualan kue kering selama bulan puasa menjelang Idul Fitri sebesar Rp. 40.000.000,-.

Gambar 1.1 Logo Rumah Kue Cinta

Sumber: Owner Rumah Kue Cinta, 2022

Gambar 1.1 adalah logo dari Rumah Kue Cinta. Lokasi penjualan usaha Rumah Kue Cinta yaitu di Bekasi. Pada saat ini penjualan kue dapat dilakukan secara online melalui *whatsapp* dan hanya pada bulan tertentu saja, sedangkan penjualan katering bisa dilakukan secara fisik atau langsung dan bisa melalui *whatsapp*. Berikut merupakan Pertumbuhan omset yang didapatkan dari tahun 2019-2022

Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Omset

Sumber: Owner Rumah Kue Cinta, 2022

Dari gambar 1.2 dapat dilihat pertumbuhan omset penjualan Rumah Kue Cinta pada tahun 2020 mengalami penurunan 17% atau sebesar Rp 33.200.000, dikarenakan pada tahun 2020 terjadinya pandemi yang sudah masuk ke Indonesia. Sedangkan pada tahun 2021 hingga 2022 mengalami kenaikan 25%.

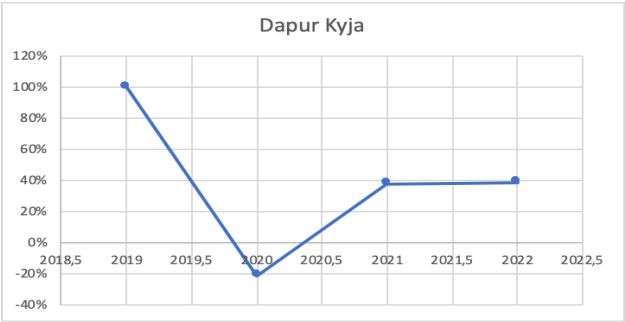
1.2.2 Dapur Kyja

Dapur Kyja merupakan UMKM yang menjual berbagai macam jenis makanan seperti brownies, kue puding buah, dimsum, dan masih banyak yang lainnya. Dapur Kyja berdiri pada tahun 2005. Proses produksi UMKM dapur kyja dilakukan dirumah owner yang bernama Ibu Dwi. Pembelian bahan baku dan peralatan lainnya Dapur Kyja ini sudah memiliki partner sendiri, ketika ada bahan yang kurang pemilik tersebut tinggal menghubungi tempat bahan baku tersebut. Untuk omsetnya sendiri dari penjualan sebesar Rp 3.000.000 per bulannya.

Gambar 1.3 Logo Dapur Kyja

Sumber: Owner Dapur Kyja, 2022

Gambar 1.3 adalah logo dari Dapur Kyja . Lokasi penjualan usaha Dapur Kyja yaitu di Bekasi. Pada saat ini penjualan berbagai macam kue dan nasi dapat dilakukan secara online hanya melalui *whatsapp*. Untuk pengiriman sendiri bisa menggunakan go send atau bisa dilakukan dengan cara mengambil langsung ke tempat Dapur Kyja. Berikut merupakan Pertumbuhan omset yang didapatkan dari tahun 2019-2022



Gambar 1.4 Grafik Pertumbuhan Omset

Sumber: Owner Dapur Kyja, 2022

Dari Tabel 1.4 dapat dilihat pertumbuhan omset penjualan Dapur Kyja mengalami penurunan 21.30% atau sebesar Rp 2.361.000, dikarenakan pada tahun 2020 terjadinya pandemi yang sudah masuk ke Indonesia. Sedangkan pada tahun 2021 hingga 2022 mengalami kenaikan secara berturut-turut yaitu 38% dan 39%.

1.2.3 MamdiBekasi

Mamdibekasi merupakan perusahaan yang menjual berbagai macam kue yang dapat di *customize* sesuai dengan permintaan pelanggannya. Seperti banoffee, cake ulang tahun, serta Mamdibekasi juga memiliki café dengan nama MamdiBakes. Produk yang dijual oleh MamdiBakes juga memiliki berbagai macam varian yang terlihat mewah seperti *croissant, infused milk, coffee* dan lain lain. MamdiBekasi sudah memiliki partner bisnis nya untuk membeli berbagai macam kebutuhan yang diperlukan untuk menunjang aktivitas bisnisnya. Omset dari total penjualannya yaitu sebesar Rp 125.000.000 per bulannya.

Gambar 1.5 Logo MamdiBekasi

Sumber: Sosial Media Instagram Mamdibekasi, 2022

Gambar 1.5 adalah logo dari MamdiBekasi . Lokasi penjualan usaha MamdiBekasi yaitu di Bekasi. Pada saat ini penjualan berbagai macam kue, *custom cake* ulang tahun, *coffe* dan lain lain bisa dilakukan dengan cara datang ke tempat langsung, akan tetapi untuk custom cake sendiri menggunakan sistem *pre order* sesuai dengan tanggalnya kecuali untuk mini *cake* terkadang tanpa harus melakukan *pre order*. Untuk pengiriman sendiri bisa menggunakan *go send* atau bisa dilakukan dengan cara mengambil langsung ke tempat MamdiBekasi.

Gambar 1.6 Grafik Pertumbuhan Omset

Sumber: Owner MamdiBekasi, 2022

Dari gambar 1.6 dapat dilihat pertumbuhan omset penjualan MamdiBekasi pada tahun 2020 mengalami penurunan 22.30% atau sebesar Rp 87.500.000, dikarenakan pada tahun 2020 terjadinya pandemi yang sudah masuk ke Indonesia. Sedangkan pada tahun 2021 hingga 2022 mengalami kenaikan hingga 41%.

Berdasarkan data latar belakang di atas, pertanyaan penelitian dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Modifikasi apa yang dilakukan dalam proses dan produk sesuai dengan ketahanan Owner dari Rumah Kue Cinta, Dapur Kyja, Mamdibekasi?
2. Strategi jangka pendek atau model bisnis apa yang dapat diterapkan untuk bertahan di masa pandemi?
3. Strategi jangka panjang atau model bisnis apa yang dapat diterapkan untuk bertahan di masa pandemi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui modifikasi proses dan produk yang dilakukan oleh Owner dari Rumah Kue Cinta, Dapur Kyja, Mamdibekasi?
2. Mengetahui strategi jangka pendek atau model bisnis yang dapat diterapkan untuk bertahan di masa pandemi?
3. Mengetahui strategi jangka panjang atau model bisnis yang dapat diterapkan untuk bertahan di masa pandemi?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, baik manfaat secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai analisis keberhasilan para pelaku UMKM untuk bertahan di masa pandemi covid-19.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

a. Bagi akademisi, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penulisan metode ilmiah ataupun skripsi di masa mendatang.
b. Bagi para pelaku UMKM, diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan sebagai pengembangan usaha dan strateginya untuk dapat bertahan di masa pandemi covid.19.

1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir disusun sebagai gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan. Berikut sistematika penulisan tugas akhir :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai objek penelitian yang akan menggambarkan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori-teori yang akan digunakan beserta dengan literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan sehingga mendapatkan gambaran yang baik sehingga akan mendapatkan gambaran kerangka pemikiran yang jelas.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menegaskan pendekatan, metode penelitian, dan Teknik penelitian yang akan digunakan untuk menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini hasil penelitian dan pembahasan diuraikan sesuai dengan rumusan masalah serta tujuan masalah penelitian. hasil penelitian meliputi cara mengumpulkan data, pengolahan data, dan analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan disertai dengan saran kepada objek penelitian.