

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa saat ini dunia masih dilanda dengan namanya *Coronavirus*, atau disebut juga dikalangan masyarakat Virus Corona (Covid-19) banyak Virus-virus baru yang penyebarannya semakin masif. Virus ini pertama kali muncul dan ditemukan di Wuhan, China, tahun 2019. Virus ini dikenal dengan Coronavirus (CoV) yang merupakan bagian dari keluarga Virus seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS-CoV) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS-CoV) yang menyerang saluran pernapasan. Pada awal Maret 2020 *World Health Organization* telah menetapkan Virus Corona Sebagai pandemi atau epidemi global ini menandakan bahwa penyebaran Covid-19 ini dinamis dan menyebar hingga hampir ke seluruh dunia (Harnida, dkk,2020)

Biasanya virus tersebut dapat mengakibatkan munculnya penyakit infeksi yang terjadi pada saluran pernapasan manusia, infeksi paru-paru yang lebih parah seperti MERS-Cov atau penyakit sindrom akut seperti SARS-Cov bahkan Covid-19 dapat menyebabkan kematian. Covid-19 ditandai dengan munculnya gejala batuk kering, demam, sesak nafas, flu, diare, sakit kepala, mual dan muntah serta nyeri pada otot. Untuk mendeteksi munculnya gejala ditetapkan masa inkubasi virus corona pada tubuh manusia yaitu berkisar antara 2 hingga 14 hari. Tercatat sudah terdapat 216 Negara di berbagai belahan dunia yang telah mengonfirmasi kasus positif Covid-19 dengan total keseluruhan mencapai 9.071.475 jiwa,

sedangkan kasus tercatat di Indonesia sebanyak 7.951 jiwa orang terkonfirmasi positif Covid-19 tanggal 19 Maret 2022. (JHU CSSE Covid-19)

Menurut Diah, dkk (2020) Pandemi Virus Covid-19 tidak hanya mengancam sektor kesehatan, namun juga mengancam krisis ekonomi global. Berdasarkan data dari *World Economic Outlook* Bulan April 2020, IMF memprediksikan perekonomian dunia akan merosot sehingga minus tiga persen sampai dengan tahun ini. Namun apabila pandemi ini berakhir dan aktivitas ekonomi kembali normal, maka ekonomi Indonesia diprediksi akan bisa tumbuh hingga 8,2 persen, sementara perekonomian dunia akan tumbuh hingga 5,8 persen. Perekonomian Indonesia diprediksi akan tumbuh melalui sektor UMKM.

Ditengah semakin pesatnya perkembangan UMKM, pergerakannya mengalami penurunan akibat kemunculan Covid-19 pada awal tahun 2020 yang memberikan dampak langsung bagi perputaran perekonomian khususnya bagi UMKM. *World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa Virus yang muncul pertama kali di Kota Wuhan China pada bulan Desember 2019 ini ditetapkan sebagai pandemi. Saat ini pandemi Covid-19 telah menyebar ke seluruh Dunia termasuk Indonesia yang sejak Maret 2020 lalu telah mengonfirmasi kasus positif pertamanya. *Coronavirus Disease* atau yang bisa disebut dengan Covid-19 termasuk dalam golongan Virus yang menjadi penyebab munculnya penyakit pada manusia maupun hewan. (Firdaus, 2021)

Dengan bertambahnya kasus positif terkait pandemi Covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Bersekala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang, barang dan mengharuskan

masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah. Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa.

Data dari kementerian koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menunjukkan pada tahun 2021 terdapat 12 juta UMKM Nasional yang ada di Indonesia dan memperkerjakan 131,05 juta orang tenaga kerja (kemnekopukm). Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pedapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi akibat pandemi ini. UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis. UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman.

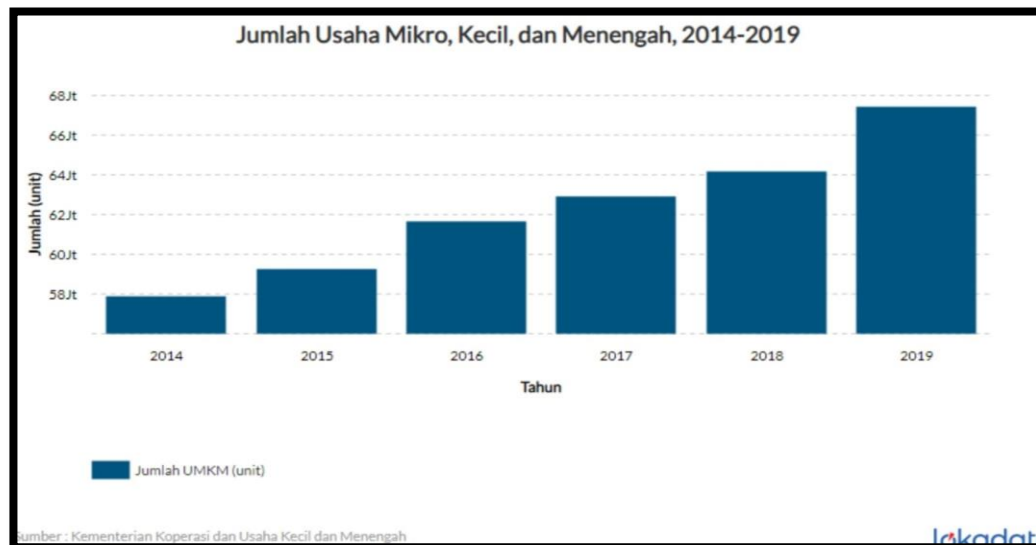
Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor perdagangan saat ini dihadapkan pada masalah penurunan penjualan, kesulitan dalam memperoleh bahan baku, produksi dan distribusi yang terhambat, kesulitan modal, kurangnya pengetahuan teknologi informasi dan kendala jaringan bisnis. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan sebelum adanya pandemi Covid-19, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang masih rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi tidak hanya dampak dari Covid-19 yang semakin tinggi terutama dalam sektor

perekonomian menyebabkan pemerintah memberlakukan kebijakan baru yaitu pelonggaran PSBB menuju kebiasaan yang baru atau disebut juga New Normal. Kebiasaan baru yang dimaksud yaitu mengarah pada perubahan terhadap perilaku manusia yang disesuaikan dengan protokol kesehatan yang tetap menjalankan aktivitas normal seperti biasanya. Hal tersebut membuat para pelaku usaha UMKM harus membuat strategi baru untuk tetap bertahan dengan kondisi saat ini sedang mengalami penurunan perekonomian, sedangkan UMKM adalah sumber pendapatan yang sangat berpengaruh bagi perekonomian (kemenkopukm).

Potensi UMKM sebagai sumber pendapatan masyarakat dilihat dari banyaknya usaha yang tumbuh dan berkembang. Secara sederhana perbandingan jumlah usaha mikro, kecil, menengah dan besar terlihat sebagai berikut:

$(\text{Jumlah Usaha Kecil} > \text{Usaha Menengah} > \text{Usaha Besar}) < \text{Jumlah Usaha Mikro}$

Perbandingan diatas menunjukkan bahwa proporsi jumlah usaha kecil lebih banyak dari usaha menengah, jumlah usaha menengah lebih banyak dari usaha besar dan gabungan jumlah usaha kecil, menengah, besar jika dibandingkan dengan Jumlah usaha mikro maka lebih banyak usaha mikro. Merujuk perbandingan tersebut maka dapat dikatakan bahwa UMKM jauh lebih banyak semua total usaha. Oleh karenanya UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia.



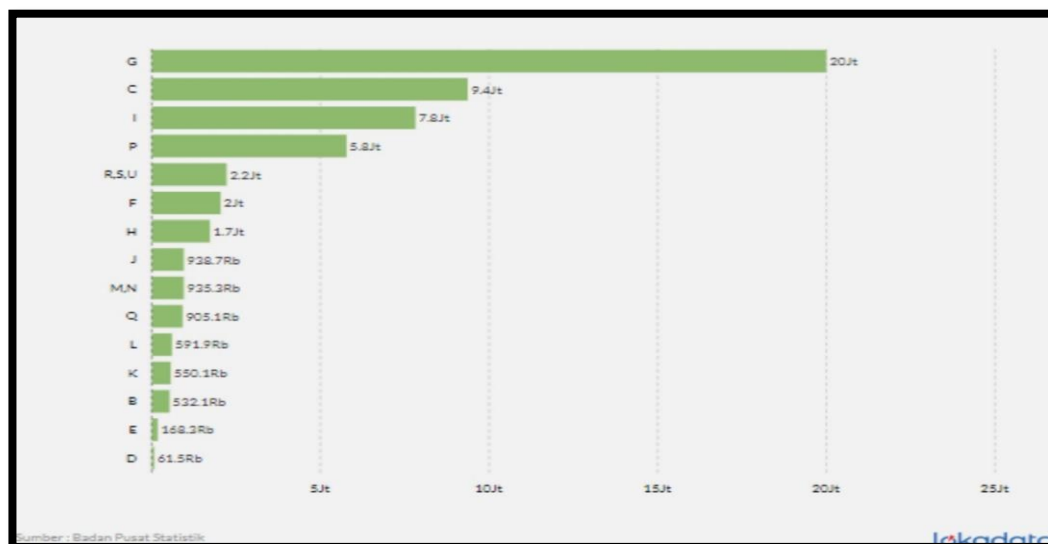
Sumber: [www.lokadata.beritagar.id](http://www.lokadata.beritagar.id) (2020)

**Gambar 1.1**  
**Jumlah UMKM Nasional 2014-2019**

Jumlah UMKM pada tahun 2018 tercatat sebanyak 64,2 juta unit, sedangkan pada Tahun 2019 diproyeksikan tumbuh 5 persen menjadi 67,4 juta unit. Sepanjang kuartal II tahun 2020 menurut data BPS pertumbuhan lapangan usaha mencatatkan pertumbuhan positif yakni sektor pertanian 16,24%, sektor informasi dan komunikasi sebesar 3,44% dan sektor pengadaan air 1,28%. Dan untuk tahun 2021 berdasarkan dari Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan terdapat sekitar 12 juta UMKM. Sedangkan untuk jumlah UMKM yang ada di Tanjungpinang terdapat 1.295 UMKM yang terdaftar pada Dinas Koprasi dan UMKM Tanjungpinang.

Sedangkan Potensi UMKM sebagai sumber pendapatan masyarakat disebabkan oleh efek dari terbukanya usaha baru. UMKM merupakan sektor usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, berperan dalam proses peningkatan pendapatan masyarakat di masa krisis. UMKM merupakan salah satu alternatif

untuk menyerap tenaga kerja serta menekan angka pengangguran saat ini melalui kewirausahaan, karena rata-rata UMKM mampu menyerap 3-5 tenaga kerja.



Sumber: [www.lokadata.beritagar.id](http://www.lokadata.beritagar.id) (2020)

**Gambar 1.2**  
**Jumlah Tenaga Kerja UMKM Nasional**

Pada Gambar 1.2 terlihat bahwa sejak tahun 2016 sektor UMKM mampu menyerap tenaga kerja cukup tinggi sebesar 53,3 juta, ini berarti bahwa UMKM menjadi sumber pendapatan masyarakat yang tersebar pada beberapa lapangan usaha. Untuk kawasan Kota Tanjungpinang jumlah tenaga kerja pada tahun 2018-2020 sebagai berikut:

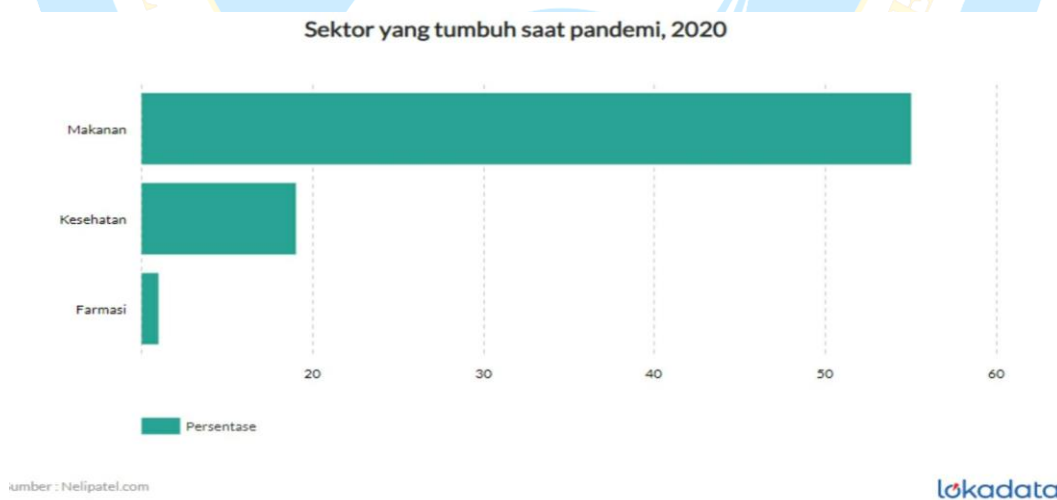
**Tabel 1.1**  
**Jumlah Tenaga Kerja Tanjungpinang 2018-2020**

Kecamatan	Jumlah Tenaga Kerja		
	2018	2019	2020
Bukit Bestari	147	480	69
Tanjungpinang Timur	973	792	764

Tanjungpinang Kota	183	207	183
Tanjungpinang Barat	21	-	65
Kota Tanjungpinang	1.324	1.479	1.081

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tanjungpinang

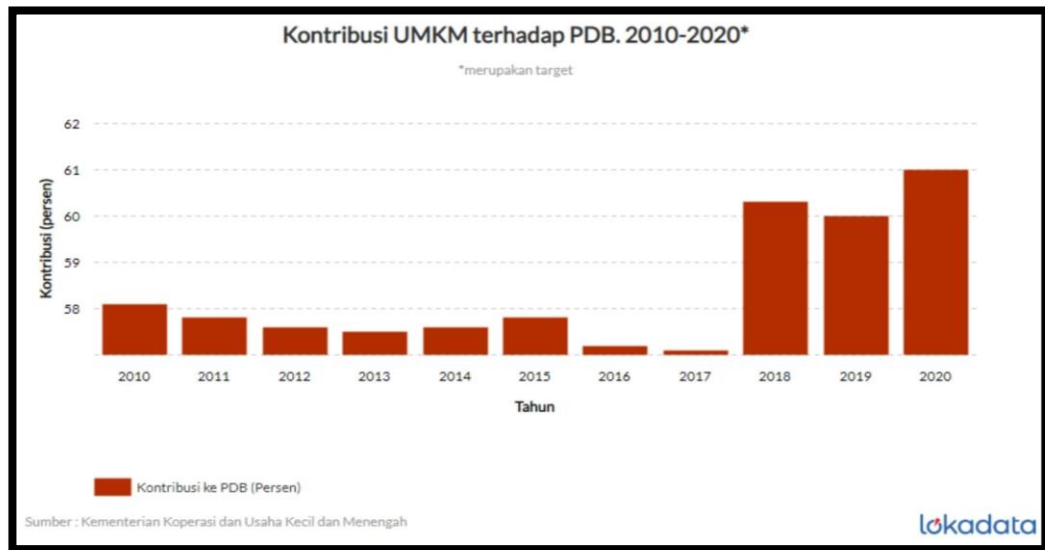
Kontribusi PDB oleh Usaha Besar < Usaha Kecil < Usaha Menengah = UMKM. Secara umum potensi Usaha Kecil terhadap PDB didominasi oleh sektor pertanian, sektor perdagangan, hotel dan restoran. Potensi Usaha Menengah terhadap PDB didominasi oleh sektor keuangan, persewaan dan jasa perusahaan. Potensi Usaha Besar terhadap PDB didominasi oleh sektor listrik, gas dan air bersih, sektor pertambangan dan penggalian dan sektor industri pengolahan. Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM memberikan target yang cukup tinggi terkait PDB dari sektor UMKM. Target yang tinggi ini menunjukkan besarnya Potensi PDB sektor UMKM pada perekonomian cukup signifikan. Hal ini ditandai dengan besarnya target PDB dari sektor UMKM.



Sumber: [www.lokadata.berita.id](http://www.lokadata.berita.id) (2020)

**Gambar 1.3**  
**Sektor Usaha Saat Pandemi**





Sumber: [www.lokadata.beritagar.id](http://www.lokadata.beritagar.id) (2020)

### Gambar 1.3 Kontribusi UMKM terhadap PDB

Pada masa krisis yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa sektor makanan tumbuh sebesar 55%. Sektor makanan ini banyak didominasi oleh usaha kecil. Menurut data BPS pada kuartal II/2020 dari kelima sektor utama yakni, industri, pertanian, perdagangan, konstruksi dan pertambangan mempengaruhi perekonomian sebesar 65%. Dari kelima sektor tersebut yang tumbuh positif hanya sektor pertanian sektor lainnya berkontraksi. Sektor pertanian didominasi oleh UMKM. Lapangan usaha transportasi dan pergudangan mengalami kontraksi paling besar sebesar 29,22% diikuti dengan konstruksi sebesar 7,37% disusul perdagangan sebesar 6,71%, industri sebesar 6,49% dan pertambangan sebesar 3,75%.

Untuk wilayah Kota Tanjungpinang akibat pandemi Covid-19 berdampak pada perekonomian di level regional, salah satunya berdampak pada perekonomian masyarakat. Toko-toko, pelabuhan, bandara dan sejumlah tempat keramaian terlihat



sepi. Pada Juni 2020 Kepala Dinas Sosial Tanjungpinang melaporkan angka kemiskinan diprediksi meningkat hingga lebih dari 100 persen. Untuk menyusun strategi kebijakan pemulihan perekonomian perlu adanya riset terkait sektor penggerak perekonomian daerah. Sayangnya, penyajian tentang data UMKM saat masa pandemi di Kota Tanjungpinang masih minim. Padahal informasi ini sangat penting untuk membantu Pemerintah Kota Tanjungpinang membangkitkan kembali perekonomian yang lemah akibat Covid-19. Keberadaan UMKM di Kepulauan Riau dalam hal ini salah satu di Kota Tanjungpinang memang tidak sebesar jika dibandingkan bagi bisnis perhotelan, wisata dan jasa, akan tetapi dampak tersebut juga terasa bagi UMKM misalnya ada penurunan omset penjualan. (Rizal, 2020)

Seperti yang dialami Pak Angga dan Ibu Ira yang membuat usaha Pu-Wan (teh & kopi tarik) akibat terjadinya Covid-19 di seluruh dunia termasuk di Indonesia khususnya Kota Tanjungpinang, banyak sekali masalah yang mereka alami seperti pemerintah menerapkan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) dengan adanya ini usaha yang dijalani Pak Angga dan Istrinya terpuruk karena sepihnya konsumen, selain itu mereka sangat sulit mendapatkan barang mentah yang dibutuhkan untuk membuat usaha tersebut, disebabkan mereka sulit keluar dan juga banyak toko-toko tutup disebabkan masyarakat ditertipkan oleh pemerintah tidak berkumpul dan juga dilarang atau dibatasi untuk bersosialisai atau berintraksi dengan sesama masyarakat lain, hal itu juga penyebab terjadinya teh dan kopi tarik Pu-Wan mengalami kerugian yang cukup besar akibat kehilangan banyak pelanggan.

Maka dari itu, Pak Angga dan Ibu Ira melakukan usaha dapat menyesuaikan diri dengan membuka toko *online*/ berjualan melalui media sosial dan melakukan pemanfaatan fitur Gojek (*Gofood*). Pelaku UMKM dituntut untuk dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan melakukan pemasaran produk menggunakan *Digital Marketing* dan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi. *Digital Marketing* merupakan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet, memanfaatkan sosial media maupun perangkat digital lainnya. Dengan adanya *Digital Marketing* pelaku usaha dapat mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa mereka yang mampu memperluas pasar baru.

Hal yang dilakukan UMKM teh tarik Pu-Wan memasarkan melalui media internet yang sangat populer dikalangan masyarakat untuk memasarkan produk ialah Instagram, FaceBook, Gojek, dan Whatsapp. Manfaat dari *Digital Marketing* bukan hanya menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran namun juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas dan bisa diakses siapapun. Selain itu, *Digital Marketing* bersifat bebas sehingga pengusaha dapat memperhatikan minat secara langsung *feedback* dari usaha yang dituju. *Digital Marketing* juga berfungsi untuk memutuskan strategi penyesuaian antara konten promosi dengan usaha sehingga lebih baik, lebih cepat lebih mudah (Hendriah, 2019) konsep promosi mampu meningkatkan omset yang signifikan.

**Tabel 1.2**  
**Penghasilan Pada Masa Pandemi**

<b>Tahun</b>	<b>UMKM Pada Saat Pandemi</b>	<b>Penghasilan/bulan</b>
2019	Sebelum Pandemi Covid-19	Rp 4.200.000 – Rp 5.000.000
2020	PPKM/PSBB	Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000
2021-2022	New Normal	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000

*Sumber: Teh Kopi Tarik Pu-Wan, 2022*

**Tabel 1.3**  
**Menu dari Produk UMKM Pu-Wan**

<b>Kemasan</b>	<b>Satuan Harga Teh Tarik</b>	<b>Satuan Harga Kopi Tarik</b>	<b>Satuan Harga Greentea Tarik</b>
300 ml	Rp 9000	Rp 9000	Rp 13.000
350 ml	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 15.000
500 ml	Rp 15.000	Rp 15.000	Rp 20.000
1 liter	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 30.000

*Sumber: Teh Kopi Tarik Pu-Wan, 2022*

Dengan adanya *Digital Marketing* Pak Angga dan Ibu Ira melakukan pemasaran melalui dunia internet, hal ini salah satu strategi pemasaran menggunakan media sosial yang dilakukan agar bisa mempertahankan usaha selama pandemi Covid-19. Sosial media merupakan konsep yang dapat mempermudah para pemilik UMKM untuk memperluas akses pemasarannya. Sosial media sangat diperlukan dalam masa pandemi dimana semua serba online, berkembangannya teknologi semakin pesat dan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Selain itu, diperlukannya branding sebagai identitas suatu UMKM Pu-Wan. Dengan adanya *digital marketing* dan *branding* ini memudahkan konsumen untuk mengenali UMKM Pu-Wan yang telah berdiri di Kota Tanjungpinang dan dapat meningkatkan penjualan mitra sehingga dapat bertahan terus dalam masa pandemi serta terus bersaing dengan usaha lainnya.

Oleh sebab itu, peneliti perlu melakukan penelitian mengenai strategi yang tepat dalam mempertahankan usaha UMKM di masa pandemi Covid-19, seperti yang diketahui akibat pandemi ini perekonomian di seluruh dunia termasuk Indonesia. Banyak sekali terjadinya PHK di perusahaan diakibatkan dengan kerugian yang ditimbulkan oleh efek dari pandemi disektor perekonomian. Untuk itu perlunya menganalisis dari UMKM agar bisa sedikit membantu perekonomian masyarakat yang mempunyai UMKM khususnya yang ada di Kota Tanjungpinang, oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian di salah satu UMKM di Kota Tanjungpinang, yaitu UMKM Pu-Wan (teh & kopi tarik). Maka judul penelitian yang peneliti angkat mengenai “Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Usaha Dimasa Pandemi Covid-19 Pada UMKM Pu-Wan (Teh & Kopi Tarik)” Penelitian di dilakukan di Kota Tanjungpinang.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat disimpulkan permasalahan yang dihadapi UMKM Pu-Wan (teh & kopi tarik) adalah menurunnya omset penjualan, disebabkan pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dan sulitnya mendapat bahan baku selama pandemi.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa pandemi Covid-19 sangat berpengaruh pada sektor ekonomi. Maka dari sini muncul pertanyaan peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan teh & kopi tarik Pu-Wan pada masa pandemi?

2. Kendala apa yang dihadapi dalam penerapan strategi teh & kopi tarik Pu-Wan?
3. Apa yang dilakukan untuk mengembangkan usaha UMKM teh & kopi tarik Pu-Wan?

#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah pada penelitian ini dibuat agar tidak adanya pembahasan yang berlarian tentang masalah pribadi dan menyimpang, serta perluasan rumusan masalah dari yang tidak seharusnya. Maka dari penelitian ini di batasi pada masalah yang berkaitan dengan mengkaji strategi UMKM Pu-Wan pada masa pandemi.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan UMKM Pu-Wan pada masa pandemi.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi UMKM Pu-Wan.
3. Untuk mengetahui Strategi dalam mengembangkan usaha dari UMKM Pu-Wan.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat teoritis**

- 1) Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi bagi UMKM dalam melakukan strategi yang tepat pada saat menghadapi masa pandemi
- 2) Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### b. Manfaat praktis

- 1) Bagi UMKM, dari hasil penelitian ini diharapkan para pelaku UMKM bisa menyiapkan bahan informasi untuk menerapkan metode dalam mempertahankan usaha yang dilakukannya pada saat mengalami dimasa pandemi
- 2) Bagi Mahasiswa ,penelitian ini diharapkan sebagai motivasi bagi mahasiswa dalam membuat usaha pada saat mereka terjun dalam dunia bisnis dan juga sebagai referensi untuk meningkatkan pemahaman dalam melakukan strategi usaha oleh mahasiswa manajemen
- 3) Bagi Universitas, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif sebagai bahan pertimbangan dari pihak universitas mengenai UMKM yang ada di lingkungan universitas.
- 4) Bagi Peneliti, sebagai persyaratan untuk mencapai gelar serjana manajemen di fakultas ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji dan dapat menambah pengetahuan keterampilan dalam membuat karya tulis.

#### 1.7. Sistematika Penulisan

Tujuan dari adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Dari penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Pendahuluan merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, indentifikasi masalah, perumusan masalah yang diambil,

pembatasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

Tinjauan pustaka merupakan bagian yang menjelaskan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian terdahulu tentang teori dan motivasi dan hal-hal yang mungkin menjadi faktor pendorong.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan bagian yang menjelaskan bagaimana metode yang digunakan, sampel sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang atau mendeskripsikan analisis dari hasil penelitian serta pembahasan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan kesimpulan penelitian dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.