

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Munculnya pandemi Covid-19 di Negara Indonesia pada awal tahun 2020 menimbulkan banyak dampak negatif pada berbagai sektor. Salah satunya pada sektor UMKM yang menjadi “tulang punggung” perekonomian Indonesia ikut terkena dampak dari adanya pandemi Covid-19. Berbagai kebijakan telah pemerintah tetapkan demi menekan laju angka penyebaran Covid-19 yang setiap harinya terus meningkat. Mulai dari kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang sampai saat ini (September 2021) masih diberlakukan dan akan terus berjalan. Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) menimbulkan dampak cukup besar terhadap perekonomian terutama pada sektor UMKM. Tiga sektor usaha yang paling terdampak adalah sektor akomodasi dan makan minum, transportasi dan pergudangan, dan lainnya. Kota Bogor merupakan salah satu Kota yang memiliki potensi UMKM yang cukup bagus dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Dengan itu, strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah diharapkan dapat berfungsi untuk membangkitkan kembali ekonomi lokal di Kota Bogor ditengah masa kebijakan PPKM.

Berbagai macam Usaha Mikro Kecil Menengah terpaksa mengalami penutupan sementara akibat adanya kebijakan PPKM ini. Dampak terburuk dari adanya kebijakan PPKM yaitu banyaknya pelaku usaha yang dengan berat hati menutup secara permanen usaha yang telah dirintis sejak awal. Hal tersebut berdampak pula terhadap meningkatnya angka pengangguran dikarenakan banyaknya karyawan yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK). Penurunan omzet penjualan pun menjadi salah satu alasan beberapa pelaku

UMKM lebih memilih untuk mem-PHK karyawan dan menutup usaha ditengah masa pandemi Covid-19. Terdapat banyak Usaha Mikro Kecil Menengah yang mulai “hidup” kembali pasca 1 bulan mengalami penutupan akibat kebijakan PPKM, salah satunya pada sektor kuliner yaitu *Coffee shop*. *Coffee shop* merupakan sebuah lahan bisnis menjanjikan dibidang kopi yang sedang *hits* di kalangan generasi muda hingga orang tua. Pertumbuhan *Coffee shop* sudah mulai meningkat tidak hanya di kota-kota besar saja, melainkan saat ini sudah banyak sekali gerai kopi di setiap kota di Indonesia yang terus menjamur dan memiliki standar dan pasar yang berbeda. Kota Bogor memiliki jumlah *Coffee shop* yang cukup banyak mulai dari yang sederhana hingga yang memiliki konsep mewah. Bahkan saat ini masih terus bertambah lagi gerai-gerai *Coffee shop* baru di Kota Bogor. Maka diharapkan hadirnya *Coffee shop* saat ini dapat memberi dampak besar terutama dalam menggerakkan ekonomi lokal khususnya di Kota Bogor.

Membangun kembali usaha yang sempat mengalami penurunan merupakan hal yang sulit bagi seorang pelaku UMKM. Beberapa masalah dihadapi dalam menjalankan suatu bisnis khususnya dalam hal ini pada *coffee shop* dengan beberapa permasalahan mulai dari kurangnya inovasi, kurangnya keterampilan manajemen dan pemasaran, hingga berkurangnya kualitas sumber daya manusia. Dengan itu, dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah ditengah kondisi pandemi Covid-19 membutuhkan strategi yang tepat sebagai percepatan untuk menghidupkan kembali UMKM yang sekaligus dapat menggerakkan ekonomi lokal khususnya di Kota Bogor. Besarnya antusias masyarakat terhadap kopi menyebabkan tingkat persaingan *Coffee shop* di Kota Bogor semakin tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari pertambahan jumlah *Coffee shop* di Kota Bogor setiap harinya. Dengan itu Pemilik *Coffee shop* dihadapkan pada peningkatan daya saing guna membuat dan menjual produk yang dapat menarik minat konsumen. Pada umumnya, mayoritas *Coffee shop* di Kota Bogor memiliki sumber daya yang relatif sama, sehingga daya saing nya dapat ditingkatkan dengan menentukan dan mempelajari bagaimana

menggunakan sumber daya yang berkualitas guna menerapkan strategi yang sesuai dengan industri tersebut (S & Nurjaman, 2017).

Berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan melalui instagram @bogorcoffeeplace, yang merupakan salah satu media penyedia informasi seputar *coffee shop* di Kota Bogor, terdapat lebih dari 10 *coffee shop* baru di Kota Bogor dalam kurun waktu dua bulan (Maret – April) yang dimana hal tersebut membuat Kota Bogor saat ini dijuluki sebagai “Kota *Coffee shop*” oleh beberapa followers akun instagram tersebut. Pertambahan gerai *coffee shop* yang ada di Kota Bogor tersebut merupakan salah satu potensi bagi Kota Bogor itu sendiri dalam meningkatkan perekonomian pada bidang UMKM. Hal tersebut juga menjadi salah satu alasan beberapa pengusaha lebih memilih untuk beralih ke usaha bidang coffee ini dikarenakan trend nya yang cukup tinggi dan dapat bertahan ditengah pandemi dengan beberapa strategi.

Selain diperlukannya strategi pengembangan yang tepat dalam suatu usaha, diperlukan pula sumber daya manusia yang berkualitas baik dari seorang wirausahaan itu sendiri maupun karyawan yang terlibat dalam suatu usaha (Tampubolon, n.d.). Terdapat beberapa ciri dan sifat yang perlu ada guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia, diantaranya yaitu disiplin, komitmen tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, mandiri, dan realistis. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan pelatihan guna mengembangkan kualitas sumber daya manusia yang ada dalam setiap usaha, karena suatu usaha apabila didasarkan pada keahlian, kekuatan, pemikiran, serta keterampilan diri, maka akan menjadi bekal untuk keberhasilan suatu usaha nantinya.

Beberapa masalah yang saat ini dialami para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah sering kali menjadi suatu hambatan dan persoalan yang cukup rumit dihadapi terlebih di masa pandemi seperti ini. Hambatan tersebut menjadi suatu tantangan yang sering kali berdampak kepada terhambatnya perkembangan suatu bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah itu sendiri. Globalisasi ekonomi saat ini pun membuka pasar dan peluang bagi pemilik usaha. Hal tersebut diharapkan dapat memberi peluang yang menghasilkan keuntungan bagi para

pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Andrianti et al., 2021). Dikutip dari (Ardiana & Brahmayanti, 2010), peningkatan kompetensi sumber daya manusia pada suatu usaha merupakan salah satu hal yang wajib diperhatikan. Hal tersebut akan mampu menciptakan tenaga kerja wirausaha yang nantinya dapat bersaing secara terbuka di pasar global. Selain itu, pengembangan sumber daya manusia juga sangat dibutuhkan mengingat pertumbuhan kompetensi sumber daya manusia pada suatu usaha dimasa pandemi seperti ini membutuhkan peran serta sumber daya manusia yang berkualitas dalam mencapai strategi pengembangan usaha yang maksimal.

Setiap perusahaan dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan sistem pemasaran yang efektif, serta strategi-strategi yang khusus dalam meningkatkan pasar konsumen yang ada. Strategi pemasaran tersebut adalah Strategi tentang *Marketing Mix* yaitu *Price* (harga), *Product* (produk), *Promotion* (promosi), dan *Places* (distribusi). Pemulihan merupakan salah satu fase yang terdapat dalam proses perputaran. Hal tersebut umumnya dapat diklasifikasikan ke dalam strategi pertumbuhan berorientasi. Strategi yang dilakukan dalam pemulihan suatu perusahaan ataupun suatu usaha salah satu tujuannya yaitu harus terus mengejar profitabilitas (Wijantini, 2020).

Meningat bahwa suatu perusahaan merupakan unit ekonomi dasar yang berkontribusi dalam memainkan peran sentral yang ada pada pertumbuhan ekonomi serta pencemaran lingkungan, jadi merupakan suatu keharusan untuk mempelajari pengaruh strategi perusahaan terkait perlindungan lingkungan yang merupakan salah satu hal yang sangat penting. Strategi bisnis inilah yang merupakan salah satu faktor yang dibutuhkan dalam berkontribusi pada suatu operasi bisnis. Hal tersebut berguna sebagai penentu eksternalitas keputusan perusahaan yang dimana salah satunya seperti perlindungan lingkungan (Kong et al., 2020).

Berdasarkan laporan perekonomian Indonesia 2020 oleh Bank Indonesia, dijelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya perekonomian domestik tidak lepas dari peran UMKM yang strategis. Sektor

Usaha Mikro Kecil Menengah berperan pula dalam mendorong pertumbuhan ekonomi mulai dari penyerapan tenaga kerja yang tinggi hingga kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari *website* Badan Pusat Statistik, kontribusi lapangan usaha terhadap Produk Domestik Bruto pada tahun 2017 mencapai angka 13.589 Triliun. 20.16% berasal dari industri pengolahan, 13.14% berasal dari sektor pertanian, serta sisanya berasal dari sektor usaha lain. Maka dengan itu, agar pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat terus meningkat diperlukan peran dari berbagai pihak agar sektor UMKM di Indonesia dapat terus berkembang dan memiliki kualitas yang terus meningkat agar dapat terus berkontribusi dalam perekonomian Indonesia.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari *website* Kota Bogor dan data dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Bogor, diketahui bahwa Kota Bogor merupakan salah satu kota dengan total penduduk dan juga tingkat kepadatannya cukup tinggi yang tersebar di 6 kecamatan dan 68 kelurahan. Keenam kecamatan tersebut diantara Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Utara, Bogor Tengah, Bogor Barat dan Tanah Sareal. Kecamatan yang ada pada Kota Bogor itu sendiri memiliki luas wilayah terbesar yaitu 3.285 hektar serta terdiri dari 16 kelurahan.

Mengutip data yang peneliti dapatkan dari *website* Bappeda Kota Bogor atas hasil survey yang dilaksanakan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Bogor terkait dampak Covid-19 pada UMKM yang dilakukan pada bulan November tahun 2020, digunakan responden sebanyak 80% dari total UMKM di Kota Bogor. Hasil dari survei tersebut, diketahui terdapat sekitar 85% UMKM di Kota Bogor masih berjalan ditengah adanya pandemi covid-19, sekitar 8,7% UMKM tutup (bangkrut), dan sekitar 5,8% UMKM memilih untuk berganti jenis usaha. Dari hasil survey tersebut juga didapatkan bahwa dari 81,2% UMKM di Kota Bogor mengalami penurunan pendapatan selama adanya pandemi covid-19 dan ditengah pemberlakuan kebijakan-kebijakan di Kota Bogor.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari salah satu portal berita yaitu Antara News terkait pernyataan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor mencatat bahwa hingga bulan September tahun 2021 terdapat total 45.000 pelaku UMKM di Kota Bogor. Angka tersebut naik sebesar 64,37% atau bertambah sebanyak 17.623 pelaku UMKM di Kota Bogor dibandingkan dengan total pada tahun 2020 yaitu sebanyak 27.377 pelaku UMKM di Kota Bogor. Dari total 45.000 pelaku UMKM yang tercatat melalui pendaftaran link *website* yang sebelumnya telah disebarkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, diketahui sebanyak 75% dari total pelaku UMKM tersebut merupakan pelaku usaha kuliner, lima persen pelaku usaha ekonomi kreatif, dan sisanya bergerak di bidang event organizer dan bidang jasa lainnya.

Coffee shop di Kota Bogor itu sendiri termasuk yang perkembangannya cukup pesat ini, per bulan februari – maret 2022 dalam rentan waktu satu bulan tersebut terdapat kurang lebih 10 – 18 *coffee shop* baru di Kota Bogor (Sumber data dilapangan oleh peneliti). Tidak hanya pada kalangan anak muda, saat ini *coffee shop* pun sudah menjadi salah satu tempat favorit semua kalangan bahkan mulai dari anak – anak hingga orang tua. Banyak masyarakat yang memilih untuk menghabiskan waktunya dengan bercengkrama bersama teman dan keluarga di *coffee shop* karena berbagai pertimbangan, diantaranya karena harganya yang terjangkau dan variatif menu yang semakin kesini, *coffee shop* mulai mengembangkan menu makanan berat atau *main course*.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sangat dibutuhkan kebijakan terkait strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemilik *Coffee shop* di Kota Bogor guna menggerakkan kembali ekonomi lokal. Fokus dalam penelitian ini ditujukan untuk mengamati bagaimana strategi pengembangan UMKM yang harus dilakukan, khususnya bagi pemilik *Coffee shop* di Kota Bogor. Untuk mengidentifikasi strategi tersebut digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat menganalisis organisasi serta dapat juga memberikan rekomendasi atas kegiatan – kegiatan pada bidang usaha. Analisis SWOT membantu bisnis dalam mengembangkan strategi yang layak dan dalam

waktu yang bersamaan juga memberikan strategi yang tepat (Hatta et al., 2019). Dalam menjalankan suatu usaha, analisis SWOT merupakan salah satu hal yang penting guna mengambil keputusan dalam menetapkan suatu strategi mulai dari menganalisis *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, hingga *Threat* dari suatu bidang usaha. Dengan itu, analisis tersebut nantinya akan mengarahkan pelaku UMKM untuk menggapai tujuannya dalam memiliki strategi yang tepat guna mengembangkan usaha *Coffee shop* dan ikut serta dalam menghidupkan kembali perekonomian pasca kebijakan PPKM nantinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa rumusan permasalahan yang akan diangkat yaitu :

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh industri kuliner *coffee shop* dalam mempertahankan usaha ditengah pandemi covid-19 berdasarkan analisis SWOT ?
2. Apa peran industri kuliner *coffee shop* dalam menggerakkan ekonomi lokal ditengah pandemi covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai diantaranya :

1. Untuk strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh industri kuliner *coffee shop* dalam mempertahankan usaha ditengah pandemi covid-19 berdasarkan analisis SWOT.
2. Untuk mengetahui peran industri kuliner *coffee shop* dalam menggerakkan ekonomi lokal ditengah pandemi covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

1. Pemilik UMKM *Coffee shop*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran maupun rekomendasi bagi pemilik *Coffee shop* dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya ditengah terjadinya permasalahan perekonomian di Indonesia.

2. Pemerintah Kota Bogor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran maupun rekomendasi pemerintah Kota Bogor dalam untuk mendukung UMKM pada sektor industri kuliner khususnya *coffee shop* yang saat ini sedang *hype*.

3. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai analisis strategi Usaha Mikro Kecil Menengah dengan menggunakan metode SWOT.

