

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Indonesia pertama kali melaporkan Covid-19 pada tanggal 2 maret 2020 sejumlah dua kasus. Terkonfirmasi berjumlah 1.528 kasus dan 136 kasus kematian pada 31 maret 2020. Tingkat mortalitas Covid-19 8,9% angka ini merupakan yang tertinggi di Asia Tenggara. Per 30 maret 2020, terdapat 693.224 kasus dan 33.106 kematian diseluruh dunia. Eropa dan Amerika utara telah menjadi pusat pandemik Covid-19, dengan kasus dan kematian sudah melampaui China. Peringkat pertama diduduki oleh Amerika Serikat dengan kasus Covid-19 terbanyak dengan penambahan kasus baru sebanyak 19.332 kasus pada tanggal 30 maret 2020 kemudian Spanyol dengan 6.549 kasus baru. Italia mempunyai tingkat mortalitas paling tinggi di dunia, yaitu 11,3%/. Covid 19 adalah virus RNA dengan ukuran partikel 120-160 nm. Virus ini utamanya menginfeksi hewan, termasuk diantaranya adalah kelelewar dan unta. Infeksi Covid-19, menurut Who (2020) terjadi apabila seseorang mengalami gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak napas. Virus ini memiliki masa inkubasi rata-rata 5-6 hari namun masa dapat bertambah masa inkubasinya sampai 14 hari kedepan sejak virus tersebut ada dalam tubuh. Penderita Covid-19 dapat menyebabkan kematian dan gejala yang lebih berat jika penderita tersebut memiliki penyakit penyerta diantaranya pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan penyakit degeneratif lainnya. Selain berdampak pada kesehatan tubuh manusia, pandemi ini juga berdampak pada kehidupan ekonomi. Dampak yang ditimbulkan akibat

pandemi Covid-19 ini memang luar biasa, banyak permasalahan baik dari segi politik, sosial dan budaya(Suni Astini, 2020).

Peningkatan penyebaran Covid-19 terus terjadi, sehingga mengalami ketidakpastian dalam laju perekonomian global. Diprediksi oleh *Moody's Investor Service*, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 akan mengalami perlambatan pada angka 4,8% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Nilai ini dibawa pertumbuhan tahun 2019 yang berada di angka 5,02%. Perlambatan ekonomi ini diperkirakan akan berkelanjutan di tahun 2021 meski dengan disertai sedikit penguatan yaitu tumbuh 4,9% saja. Situasi krisis seperti ini, sektor UMKM sangat perlu diperhatikan dari pemerintah karena UMKM adalah penyumbang tersebut terhadap PDB dan dapat menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja, mensubstitusi produksi barang konsumsi atau setengah jadi. Pandemi Covid-19 telah berdampak pada penurunan perekonomian masyarakat, terutama bagi pelaku UMKM(Syah, 2020). Pada masa pandemi covid-19 pemerintah mengeluarkan kebijakan tentang bagaimana pelaksanaan pembelajaran dalam jaringan dan luar jaringan. .Menularnya COVID-19 membuat dunia menjadi resah, termasuk di Indonesia. Covid-19 merupakan jenis virus yang baru sehingga banyak pihak yang tidak tahu dan tidak mengerti cara penanggulangan virus tersebut. Seluruh dunia kini disibukkan dengan berbagai upaya pencegahan Covid-19 untuk menahan lonjakan pasien positif karena hingga saat ini masih belum ditemukan obat ataupun vaksinya. Dengan adanya Virus Covid-19 pemerintah membuat beberapa kebijakan untuk menghentikan penyebaran wabah ini, seperti melakukan *lockdown* di daerah yang sudah termasuk ke dalam zona merah penyebaran virus, atau *physical quarantine* untuk menghindari virus secara kontak fisik. Pemerintah

Republik Indonesia juga menerbitkan berbagai protokol kesehatan. Protokol tersebut dilaksanakan di seluruh Indonesia oleh pemerintah dengan dipandu secara pusat oleh (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2020). Lanjutan kasus positif Covid-19 bukan hanya berdampak pada dunia ekonomi, tetapi dirasakan pula oleh dunia pendidikan. Pemberlakuan kebijakan *physical distancing* yang kemudian menjadi dasar pelaksanaan belajar di rumah, dengan memanfaatkan teknologi informasi yang berlaku secara tiba-tiba, tidak jarang membuat pendidik, siswa, mahasiswa dan orangtua belum siap dan tiada kesiapan dalam sistem pembelajaran yang baru di era pandemik Covid-19 yang awalnya belajar secara tatap muka kini semua pembelajaran dilakukan secara daring (*online*) (Suni Astini, 2020).

Strategi bersaing adalah salah satu strategi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha dalam menghadapi persaingan. Secara umum dapat diartikan sebagai sebuah proses dimana perusahaan membangun dan mengembangkan berbagai sumber daya strategis yang memiliki potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing. Keunggulan tersebut memiliki dua peran, yaitu sebagai alat untuk menghasilkan kinerja dan sebagai alat untuk menetralkan aset dan kompetensi bersaing yang dimiliki oleh pihak pesaing (Suhaeni, 2018). Hasil penelitian mendukung hasil penelitian sebelumnya, bahwa perusahaan tanpa kreativitas dan inovasi tidak akan bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin tajam (Suhaeni, 2018).

Peneliti ini memilih dengan topik “Penerapan Model Bisnis Kanvas Pada INDUSTRI MENENGAH Bubut Di DKI Jakarta Masa New Normal Covid-19” sebagai obyek penelitian adalah jenis bisnis yang dijalankan dengan skala kecil dan

menengah dan bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan manapun. Jadi secara tidak langsung pengertiannya adalah usaha kecil memiliki pemasukan dibawah 300 juta dengan jumlah pekerja di bawah 20 orang. Sedangkan dibawah 500 juta dengan jumlah pekerja dibawah 30 orang. Dengan adanya penghargaan kepada Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam menyabet gelar juara humas entrepreneur awad dalam rangkaian kegiatan Jakarta *Marketing Week* 2021. Penghargaan tersebut merupakan bentuk apresiasi terhadap Humas yang mampu melakukan komunikasi terkait program-program pemerintah dalam berbagai keterbatasan di masa pandemic covid-19, Adapun komitmen DKI Jakarta dalam pendekatan dan langsung melihat kondisi perusahaan INDUSTRI MENENGAH yang terdampak covid-19 dan melakukan demo kampanye program yang mudah diterima oleh masyarakat dan dapat dipahami pelaku usaha, entrepreneur, UMKM dan INDUSTRI MENENGAH. Peneliti melihat banyak sekali gangguan dilapangan atau diindustri dalam masa pandemik Covid-19, dimana perusahaan mengalami ambang batas kebangkrutan dan gagal produksi serta mem-PHK massal terhadap pekerja yang sudah bekerja didalam perusahaan/industri, Maka dari itu dalam keberhasilan dari pemberdayaan dan peningkatan SDM, Produksi Produk, Pembeli dan Penjualan di Indonesia dalam berupaya menciptakan kebutuhan industri dan memiliki pengalaman wirausaha yang unggul bagi produk lokal indonesia (Gani, n.d.).

Pada era pasca pandemik Covid-19 antar negara, dan suatu wilayah mengalami dampak yang parah dalam sektor bisnis manufaktur dalam faktor-faktor terhambatnya proses produksi hingga penyedia stok produk dalam sektor-sektor pengelolaan industri logam, fabrikasi dan industri manufaktur lainnya. Segala

macam transaksi, terpantau setiap saat. Akibatnya, persaingan menjadi menu tetap bagi para pelaku bisnis. Bersaing untuk menjadi pemimpin pasar ataukah akan mati tergilas roda kompetisi. Hal ini membuat para pelaku pasar harus melakukan langkah-langkah inovatif dan kreatif. Sasaran kreativitas membidik peluncuran produk dan jasa maupun dalam pelayanan terhadap para pelanggannya. Selain itu, para pelaku pasar juga dituntut mampu membaca peluang pasar yang ada dan segera bisa memanfaatkan peluang tersebut. Oleh karena itu, menjaga loyalitas pelanggan dan merebut pangsa pasar menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis.

Pondasi perusahaan yang kuat menjadi prasyarat dalam memanfaatkan setiap peluang bisnis. Landasan tersebut dibangun dari dalam, diawali pada saat bagaimana perusahaan tersebut didirikan. Visi dan misi strategis perusahaan menjadi sangatlah penting. Langkah selanjutnya adalah merumuskan tujuan perusahaan dan budaya organisasi yang menjadi identitas bagi sebuah perusahaan. Kekuatan dalam membangun diri tersebut dapat menjadi pendorong laju perusahaan dalam memasuki pasar persaingan. Ibarat memasuki medan perang, apabila pasukan sudah bergerak maju, dilengkapi dengan senjata yang lengkap dan canggih, serta strategi peperangan yang jitu, maka di atas kertas peperangan akan dapat dimenangkan. Begitu juga sebaliknya, apabila memasuki medan perang tanpa dilengkapi dengan persenjataan yang memadai dan pasukan yang tidak mumpuni serta tanpa ada strategi perang yang cerdas, maka dipastikan akan pulang dengan membawa kekalahan dan kematian. Faktor eksternal juga dapat menjadi kekuatan perusahaan. Hal ini dikarenakan lingkungan di luar kendali perusahaan, dapat mempengaruhi roda perjalanan perusahaan dan berdampak positif manakala dikelola dengan baik. Senjata cukup lengkap dan canggih, sumber daya manusia

sudah cukup solid dan mempunyai integritas tinggi, strategi perusahaan juga sudah cukup bagus, tetapi faktor-faktor eksternal seperti misalnya kondisi pasar, cuaca, kekuatan pesaing tidak diperhitungkan, maka bisa jadi kekuatan internal tersebut menjadi sia-sia. Tzu (1992) mengatakan bahwa apabila kita mengetahui kekuatan dan kelemahan diri sendiri, dan mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, maka dapat dipastikan kita akan dapat memenangkan pertempuran.

Kondisi politik suatu negara, regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah, kehidupan sosial budaya masyarakat yang berubah, dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai. Hal-hal tersebut jelas tidak bisa dikendalikan oleh internal perusahaan. Perusahaan harus bisa memanfaatkan perubahan-perubahan eksternal tersebut sehingga menjadi pendorong kecepatan laju dalam mencapai tujuan. Berdasarkan latar belakang tersebut, menunjukkan pentingnya suatu analisis dari perusahaan baik terhadap lingkungan internal dan eksternalnya, agar perusahaan benar-benar siap dan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini dilakukan agar perusahaan mampu mewujudkan tujuan perusahaan dengan membuat strategi yang tepat. Strategi yang tepat bisa diartikan sebagai apa yang dilakukan perusahaan agar selalu bisa berada dalam posisi strategis dalam persaingan dan mampu beradaptasi dengan lingkungan yang selalu mengalami perubahan. Dalam hal ini juga sejalan dengan prinsip going concern yang merupakan tujuan mendasar dalam mendirikan suatu entitas bisnis. Apabila perusahaan memahami benar kondisinya, baik itu faktor internal maupun eksternalnya, maka strategi yang dirumuskan oleh perusahaan akan mampu mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Selain itu, perusahaan juga akan mampu mengantisipasi perubahan lingkungan

eksternalnya. Fakta tersebut menjadi indikasi kuat bagi perusahaan untuk menetapkan strategi bisnis model yang sesuai efektif. Melakukan inovasi model bisnis manufaktur dapat menjadi solusi konkret agar lebih unggul dalam persaingan, inovasi model bisnis yang efektif adalah bisnis model kanvas. Berbagai keuntungan dari bisnis model kanvas diantaranya dapat diterapkan untuk semua jenis model bisnis, mempercepat indentifikasi keseluruhan kekuatan dan kekurangan bisnis, dapat memproses analisa kebutuhan dan profit dilakukan secara cepat, memetakan bisnis untuk mengetahui kelemahan semenjak dini dan memahami kekuatan bisnis dari sudut pandang yang benar, dan pemetaan *business model canvas* menggambarkan secara sistematis bisnis yang kemudian dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pengembangan manajemen stratejik.

Perusahaan mengalami kendala yang signifikan dalam menjaring partner industri, supplier industri, sampai dengan penjualan pada beberapa sektor industri. Banyak perusahaan yang harus memberlakukan PHK untuk karyawannya karena laba merosot. Hal ini menjadikan banyak orang kehilangan pekerjaan sehingga membuat daya beli turun. Selain itu, penerapan PSBB juga menghambat alur distribusi sehingga menurunkan kemampuan produksi. Industri yang biasa mendapatkan bahan baku dari luar negeri pun kesulitan karena beberapa negara asal impor menutup akses mereka, ditambah kurs dollar yang semakin melambung.

1.2. Identifikasi Masalah

Pada dampak bisnis di tengah situasi Pandemi Covid-19 sebagai berikut:

1. Konsumen perusahaan dalam pembelian daya tingkat pembelian produk penjualan menurun.

2. Perusahaan mengalami penurunan nilai kualitas produk sehingga berakibat dengan sumber daya manusia (SDM) yang banyaknya pindah-pindah (*turn over*), mengakibatkan kemampuan dalam memegang produk dgn kualitas tinggi belum dapat diterima atau di produksi *quality control*.
3. Perusahaan selalu adanya masalah dalam proses produksi dan banyak produk yang sudah dikirim atau disalurkan ke supplier keterlambat proses dikarenakan kekurangan sumber daya manusia (SDM) di bidang tersebut, khususnya di bidang kontruksi dan *assembly*.
4. *Customer Relationship*, hubungan perusahaan lama dengan kesepakatan perusahaan dalam menciptakan hubungan yang tidak baik dengan pelanggannya di masa New Normal Covid-19.
5. Perusahaan dalam proses pembayaran untuk hak pekerja tidak lancar karena mulur waktu pembayaran perusahaan dan dilaksanakan secara manual.
6. Sistem Perusahaan dalam Informasi Teknologi (IT) sistem support kurang memadai atau tidak sesuai teknologi terbaru dalam menunjang kinerja perusahaan.

1.3.Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pada penelitian ini di dunia usaha, pelaku usaha dan industri menengah di daerah Jakarta Barat dan Jakarta Barat pada perusahaan PT Kurnia Mustika Lestari pada masa New Normal Covid-19.
2. Pada penelitian ini merumuskan dan penyusunan strategi bisnis perusahaan mengetahui kekuatan dan kelemahan di perusahaan dalam menghadapi peluang

dan ancaman dengan metode Analisis SWOT dan sebagai gambaran di pendekatan dengan Metode *Business Model Canvas*.

1.4. Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana pelaku industri menengah dapat mempertahankan dan memulihkan perusahaan dengan menerapkan strategi bisnis dengan model bisnis kanvas di masa New Normal Covid-19 ?
2. Apakah dampak perubahan dan pengaruh di pelaku industri menengah dan perusahaan dengan menerapkan pendekatan model bisnis kanvas dalam upaya inovasi bisnis pada di masa New Normal Covid-19?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dengan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang diteliti adalah :

1. Menganalisis pelaku industri menengah dapat mempertahankan dan memulihkan perusahaan dengan menerapkan strategi bisnis dengan model bisnis kanvas di masa New Normal Covid-19 terhadap Bisnis Industri Manufaktur di PT Kurnia Mustika Lestari.
2. Mengetahui pengaruh pelaku industri menengah dan perusahaan dengan menerapkan pendekatan model bisnis kanvas dalam upaya inovasi bisnis di masa New Normal Covid-19 .

1.6. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Program Studi

Peneliti ini dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penulis lain untuk digunakan sebagai bahan tambahan dan pertimbangan dalam penelitian berikutnya.

2. Bagi Usaha

Peneliti ini dapat dijadikan sebagai masukan dan informasi akan peluang dan ancaman serta kelemahan dan kekuatan dalam memberikan pelayanan kepada para konsumen. Selain itu, sebagai masukan dan informasi akan strategi yang tepat dan dapat menerapkannya dalam kegiatan operasional sehari-hari untuk meningkatkan pelayanan kepada para konsumen.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk melatih, menerapkan, serta meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan. Serta sebagai bekal bagi penulis untuk membuka usaha dimasa yang akan datang.

4. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan ataupun referensi bagi peneliti lain bila ingin melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama dalam berbagai bidang rumpun keilmuan.