

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia saat ini sedang berada dalam kondisi pandemi covid-19, pandemi merupakan situasi ketika populasi seluruh dunia ada kemungkinan terkena infeksi ini dan berpotensi sebagian dari mereka jatuh sakit. Covid-19 atau virus corona yaitu penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona baru atau sindrom pernapasan akut *coronavirus 2* (SARS-CoV-2), WHO pertama kali mengetahui virus ini pada tanggal 31 Desember 2019, menyusul laporan kluster kasus virus pneumonia di Wuhan, Republik Rakyat Tiongkok, *World Health Organization* (WHO). Penyebaran covid-19 semakin bertambah dari hari ke hari, oleh karena itu pemerintah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengeluarkan kebijakan *stay at home* maupun *Work from Home* (WFH). Keadaan ini menjadi masalah serius yang dihadapi di Indonesia, tidak hanya sektor kesehatan yang menjadi masalah pokok, masalah perekonomian juga menjadi hal yang serius, contohnya pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tidak luput terkena dampak pandemi virus corona.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perseorangan atau suatu badan usaha perorangan yang sudah memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan menengah (Hamidah, Sejati, and Mujahidah, 2019). Sektor UMKM yang terdampak pandemi covid-19 yaitu salah satunya industri kreatif. Tidak sedikit pula perusahaan yang menghentikan operasinya baik sementara ataupun secara permanen karena pendapatan menurun drastis. Selain itu di Indonesia kegiatan belajar mengajar dan perkuliahan pun diliburkan dengan maksud untuk menekan penyebaran virus covid-19.

Pandemi covid-19 memunculkan berbagai masalah bagi pelaku UMKM, seperti penurunan volume penjualan, permodalan, distribusi terhambat, bahan baku sulit didapat, penurunan omset, produksi menurun bahkan sampai PHK pegawai karena tidak mampu untuk menggaji. Pelaku UMKM ada yang dapat bertahan dan ada pula yang tidak dapat bertahan karena tidak mampu menentukan

arah dalam bisnis dengan kondisi seperti saat ini. Pelaku UMKM yang dapat bertahan ditengah pandemi adalah mereka yang dapat melakukan perubahan orientasi pemasaran dengan beralih ke perdagangan elektronik (*e-commerce*) untuk meningkatkan penjualan.

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Jawa Barat 2017-2021



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2021

Pertumbuhan ekonomi Jawa Barat pada tahun 2017 laju pertumbuhan ekonomi berjalan naik secara signifikan sampai pada tahun 2019. Memasuki tahun 2020 pertumbuhan ekonomi menurun pada triwulan II yaitu -5,91%, disebabkan masuknya pandemi covid-19 ke Indonesia dan lemahnya konsumsi masyarakat menjadi penyebab utama berkontraksinya perekonomian. Kuartal II atau Q2 merupakan puncak dari semua kelesuan ekonomi karena hampir seluruh sektor usaha di tutup untuk mencegah penyebaran virus corona termasuk UMKM. PSBB sebagai langkah pandemi Covid-19 yang diterapkan pada sejumlah daerah di Indonesia merupakan faktor yang menyebabkan kontraksi pertumbuhan ekonomi. Memasuki triwulan III, saat PSBB dilonggarkan, kegiatan ekonomi mulai menggeliat dan kontraksi ekonomi mulai berkurang. Pada triwulan IV naik secara signifikan hingga triwulan I pada tahun 2021 berada pada titik 6,13% (y-on-y) yang mengalami perbaikan dari sebelumnya (BPS, 2021).

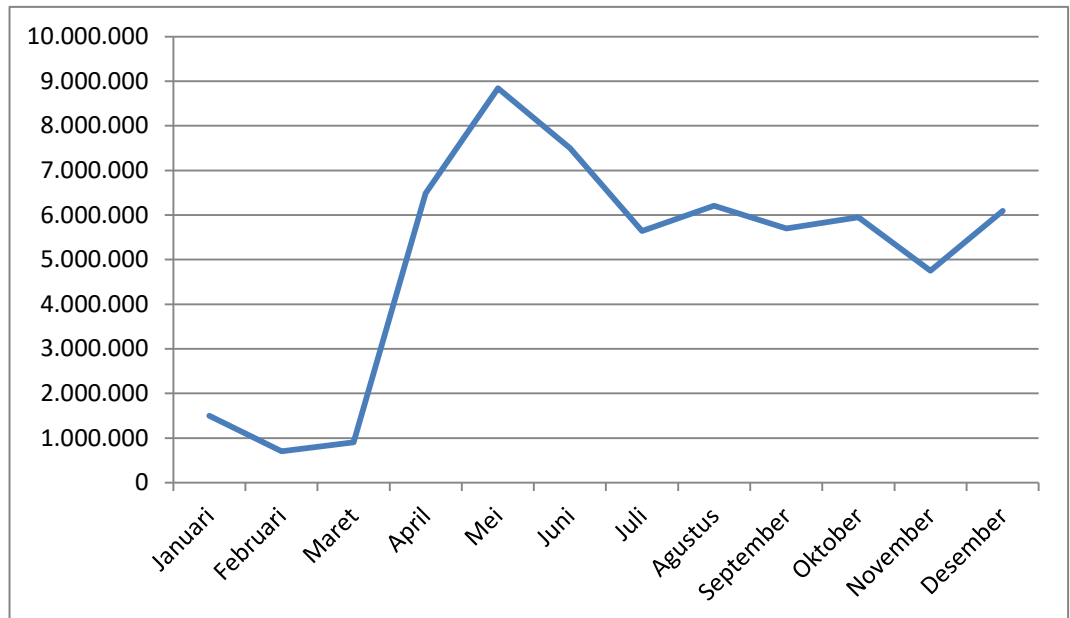
Di era pandemi covid-19 ini, pelaku usaha dituntut untuk dapat bertahan dalam menghadapi kondisi yang berbeda. Kondisi keterbatasan pelaku usaha dalam *personal selling* mengingat covid-19 di Indonesia terus meningkat dan pemerintah tentunya membatasi kegiatan tersebut, karena dianggap akan membuat penyebaran virus covid-19 lebih cepat. Tidak hanya itu, di dalam proses produksi pun terhambat karena adanya anjuran dari pemerintah untuk *Work from Home*, sehingga para pekerja pun diistirahatkan. Proses pengiriman barang terhambat karena Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) bahkan sampai bahan baku yang susah didapat. Oleh karena itu pelaku usaha terutama UMKM harus mengganti dengan perubahan model bisnis yang dilakukan menjadi lebih efektif.

Salah satu model bisnis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dapat dijadikan sebagai acuan dalam berbisnis yaitu *business model canvas*. Sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Model ini mengubah suatu konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana, ditampilkan pada satu lembar kanvas yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik, meliputi analisis strategi internal dan eksternal perusahaan.

Business Model Canvas tidak membuat pelaku bisnis hanya fokus terhadap satu bagian produk dari bisnis yang dijalankan, namun model ini dapat memperhatikan seluruh elemen yang ada dalam perusahaan. Oleh karena itu, pelaku usaha akan dengan mudah menentukan bagaimana strategi bisnis yang harus dilakukan kedepannya, apalagi dengan menggunakan model bisnis untuk perusahaan yang bergerak di bidang sosial atau *social enterprise* seperti Sobat Asik. Penggunaan model bisnis pada Sobat Asik diharapkan dapat memudahkan perusahaan sosial dalam menganalisis keadaan perusahaannya.

Social enterprise dapat pula diartikan sebagai perusahaan yang bergerak dibidang sosial yang tidak hanya mencari keuntungan dengan bisnis yang dikembangkannya, tetapi juga membantu terhadap permasalahan sosial di lingkungan sekitarnya (Irma Paramita Sofia, 2017).

Gambar 1.2 Data Penjualan Sobat Asik Bulan April dan Mei 2021



Sumber: Sobat Asik, 2021

Gambar 1.2 menjelaskan bahwa grafik penjualan produk Sobat Asik pada bulan Januari 2020 sebesar Rp.1.500.000, pada bulan Februari menurun menjadi Rp.700.000, karena pada saat itu pemerintah mengeluarkan kebijakan mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) maupun *Work from Home (WFH)*, sehingga masyarakat cenderung memilih untuk memprioritaskan kebutuhan pokok. Bulan April pada saat Ramadhan 1442 H laba yang didapatkan Rp.6.487.000., dan pada bulan Mei laba yang didapatkan meningkat menjadi Rp.8.840.000. Pada saat itu PSBB mulai dilonggarkan sehingga volume penjualan pun bertambah. Pada saat itu pandemi covid-19 masih berlangsung, yang berdampak dalam berbagai aspek salah satunya berdampak terhadap aspek ekonomi. Banyak perusahaan yang tidak mampu bertahan di tengah-tengah pandemi dan tidak sedikit pula perusahaan maupun UMKM yang mengalami gulung tikar akibat perubahan perilaku konsumen di saat pandemi. Oleh sebab itu

Ayu Pebriani, 2022

ANALISIS STRATEGI SOSIAL BISNIS MODEL CANVAS (SBMC) SOUVENIR BAMBU TASIK (SOBAT ASIK) DI MASA PANDEMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

covid-19 berdampak juga terhadap UMKM Sobat Asik dimana kegiatan pemasarannya masih kurang efektif, meskipun sebelumnya sudah menerapkan analisis SWOT tetapi karena beberapa faktor salah satunya volume penjualan yang tidak stabil sehingga analisis yang digunakannya tidak optimal. Oleh karena itu dibutuhkan perubahan strategi analisis SWOT ke strategi analisis SBMC untuk menganalisis masalah internal maupun eksternal perusahaan.

Analisis yang saat ini digunakan oleh Sobat Asik yaitu menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities dan Threats*) sendiri merupakan identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada sebuah logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Analisis ini didasarkan pada sebuah asumsi dimana suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan (Rangkuti, 2003).

Sobat Asik memilih menggunakan analisis SWOT karena dianggap efektif untuk perkembangan Sobat Asik, karena dengan analisis ini sebuah perusahaan dapat mengetahui keadaan internal dan eksternal perusahaannya, sehingga dapat dengan mudah mengambil solusi jika terjadi suatu permasalahan. Setelah diterapkannya strategi bisnis tersebut, ternyata Sobat Asik tidak banyak memiliki perubahan dalam pertumbuhannya, ditambah dengan masuknya pandemic covid-19 ke Indonesia yang menyebabkan seluruh sektor terdampak, termasuk sektor ekonomi kreatif. Salah satunya Sobat Asik dimana pada saat pandemi covid-19 volume penjualannya menurun walaupun sudah memakai strategi bisnis dengan analisis SWOT.

Oleh karena itu diperlukan strategi analisis yang baru untuk memperbaiki pertumbuhan Sobat Asik. Analisis menggunakan sosial bisnis model *canvas* dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif strategi analisis baru dalam upaya meningkatkan kembali volume penjualan Sobat Asik. Analisis ini dianggap relevan digunakan karena dapat menganalisis perusahaan secara menyeluruh yang

dikemas dalam 10 elemen dan efektif digunakan terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang *social enterprise*.

Analisis sosial bisnis model *canvas* sendiri merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis sosial secara visual, teknik ini diadaptasi dari *usiness model canvas* yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan merupakan sebuah alat yang digunakan untuk menganalisis maupun membuat model bisnis bagi perusahaan yang bergerak dibidang sosial.

Seperti dalam penelitian terdahulu yaitu dengan judul penelitian *Business Model Canvas For Social Enterprise*, Annisa Rahmani Qastharin (2018). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Business Model Canvas* (BMC) Osterwalder tidak dapat sepenuhnya menangkap model bisnis perusahaan sosial. Dari tinjauan literatur tentang *social enterprise*, model bisnis dan kanvas model bisnis, blok bangunan tambahan diperlukan untuk memahami bagaimana perusahaan sosial menciptakan, memberikan dan menangkap nilai, sehingga diperlukannya suatu perubahan analisis yaitu menggunakan analisis *Social Business Model Canvas* untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang sosial.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka diperlukan solusi yang tepat terhadap Souvenir Bambu Tasik (Sobat Asik) agar tetap bertahan ditengah pandemi dengan menggunakan strategi sosial bisnis model *canvas*. Oleh karena itu maka perlu dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengangkat judul penelitian **ANALISIS STRATEGI SOSIAL BISNIS MODEL CANVAS (SBMC) SOUVENIR BAMBU TASIK (SOBAT ASIK) DI MASA PANDEMI**. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebuah perusahaan menyusun strategi bisnis yang tepat di masa pandemi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pandemic covid-19 menjadi tantangan besar bagi perusahaan untuk bisa bertahan ditengah-tengah pandemi. Berdasarkan fenomena tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

Ayu Pebriani, 2022

ANALISIS STRATEGI SOSIAL BISNIS MODEL CANVAS (SBMC) SOUVENIR BAMBU TASIK (SOBAT ASIK) DI MASA PANDEMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 1.2.1 Gambaran strategi bisnis yang digunakan oleh Sobat Asik?
- 1.2.2 Bagaimana bentuk sosial bisnis model *canvas* (SBMC) Souvenir Bambu Tasik (Sobat Asik) di masa pandemi?
- 1.2.3 Bagaimana formulasi strategi yang tepat terhadap Sobat Asik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui gambaran strategi bisnis yang digunakan oleh Sobat Asik?
- 1.3.2 Untuk mengetahui bentuk sosial bisnis model *canvas* (SBMC) Souvenir Bambu Tasik (Sobat Asik) di masa pandemi.
- 1.3.3 Untuk merancang formulasi strategi yang tepat terhadap Sobat Asik.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para pengusaha dalam menyusun strategi bisnis suatu perusahaan sehingga dapat melakukan hal-hal yang tepat agar bisa bertahan dimasa sulit seperti wabah pandemi covid-19.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para pelaku usaha dengan mengimplementasikan hasil penelitian yang telah dilakukan.

1.4.2.2 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman, pengetahuan untuk selanjutnya melakukan penelitian yang lebih baik

dan dapat mengimplementasikan ilmu kewirausahaan yang didapat selama perkuliahan.

Ayu Pebriani, 2022

ANALISIS STRATEGI SOSIAL BISNIS MODEL CANVAS (SBMC) SOUVENIR BAMBU TASIK (SOBAT ASIK) DI MASA PANDEMI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu