

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, maka pada Bab II akan diuraikan berbagai pustaka yang mendasar yang berhubungan dengan penelitian ini.

2.1 Usaha Menengah (UM)

Usaha menengah memiliki peranan penting dalam meningkatkan pembangunan dan perekonomian nasional. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Kriteria usaha menengah dapat dilihat dengan klasifikasi berdasarkan tenaga kerja. Usaha dapat dikatakan sebagai usaha menengah apabila usaha tersebut memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang (BPS, 2013). Di Indonesia, Usaha Menengah (UM) menurut Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 hingga paling banyak Rp 100.000.000.000 hasil penjualan tahunan Rp 2.500.000.000 milyar sampai paling tinggi Rp 50.000.000.000 milyar.

2.2. Covid-19

Covid-19 adalah salah satu jenis virus corona (CoV), yang merupakan salah satu keluarga besar virus yang dapat menginfeksi burung, mamalia dan juga manusia. Menurut *World Health Organization (WHO)* virus ini dapat menyebabkan penyakit mulai dari flu ringan hingga infeksi pernapasan yang lebih parah seperti MERS-CoV dan SARS-Cov. Covid-19 atau sering disebut dengan nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2)* merupakan suatu virus yang dapat menginfeksi sistem pernapasan orang yang terjangkit, virus ini umumnya dikenal sebagai Covid-19. Virus corona bertanggung jawab atas wabah yang menyerang di seluruh dunia, termasuk pandemi *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)* pada tahun 2002-2003 dan wabah *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* di Korea Selatan pada tahun 2015. Pada Desember 2019 di Cina virus corona ini baru muncul dan dikenal dengan sebutan COVID-19 dan mulai merebak di berbagai negara sehingga WHO mendeklarasinya sebagai pandemi global. Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini memberikan dampak terhadap berbagai sektor. Akibat dari pandemi Covid-19 juga memberikan dampak yang sangat signifikan pada perekonomian global.

Di era pandemi Covid-19 saat ini banyak pelaku usaha yang mengeluhkan adanya penurunan terhadap usahanya. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan kelumpuhan ekonomi di dunia tanpa terkecuali Indonesia. Dampak yang dialami pada umumnya penurunan jumlah penjualan dikarenakan adanya kebijakan pemerintah terkait Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kelumpuhan ekonomi saat ini salah satunya dirasakan pada sektor UMKM. Tercapat sebesar

84,20% UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat adanya pandemi Covid-19 (BPS, 2020). Penurunan omset pendapatan menjadi suatu permasalahan yang harus segera ditangani, mengingat UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia yang banyak menyerap tenaga kerja.

2.3. Strategi

Strategi atau dengan kata lain disebut *strategos* yang berarti Jendral merupakan suatu pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi dalam sebuah aktivitas dengan kurun waktu tertentu. Pengertian strategi secara khusus adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu dalam mencapai sasaran dan memastikan implementasi tepat sasaran sehingga tujuan utama dapat tercapai. Menurut Buzzel dan Gale, strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah. Pengertian lain strategi menurut Griffin adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi merupakan salah satu faktor terpenting dalam mencapai tujuan suatu perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan seorang pemimpin dalam merumuskan strategi yang digunakan. Berikut merupakan jenis-jenis strategi antara lain:

1. Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar merupakan suatu usaha perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang bertumbuh.

2. Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk merupakan suatu usaha untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan serta mengenalkan produk perusahaan. Inovasi dan kreativitas menjadi salah satu kunci utama dalam mengembangkan strategi ini.

3. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu strategi untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka dan mendirikan cabang dengan tujuan untuk menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka menyerap konsumen baru.

4. Strategi intergrasi

Strategi intergrasi merupakan strategi opsi terakhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas.

5. Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi merupakan suatu strategi dimana perusahaan memfokuskan pada satu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan yang dimiliki.

2.4. Strategi Bertahan

Strategi bertahan (*Survival Strategy*) merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi. Menurut Susilo *et al.*, (2003), strategi bertahan (*survival*) yang diterapkan oleh perusahaan terkait erat dengan kemampuan bertahan perusahaan. Strategi bertahan perlu dilakukan dalam menghadapi kondisi di era pandemi Covid-19 saat ini untuk mempertahankan usaha. Strategi bertahan diperlukan mengingat banyak sekali perubahan perilaku konsumen dan pelaku usaha yang terjadi akibat pandemi. Strategi bertahan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta keberlangsungan pelaku usaha maupun UKM. KEMENKOPUKM (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia) melakukan beberapa upaya agar dapat memulihkan perekonomian seperti semula. Bentuk strategi bertahan yang perlu dilakukan seperti memberikan program pelatihan *E-Learning* dan pendampingan bagi usaha menengah serta perluasan pembiayaan modal kerja UKM. Adapun strategi lain yang dirasa penting yang diharapkan mampu meningkatkan daya saing dalam mempertahankan kelangsungan usaha. Strategi-strategi yang dapat digunakan seperti:

1. Meningkatkan kualitas produk

Pandemi Covid-19 mengakibatkan pelaku usaha mengalami penurunan kepercayaan konsumen terhadap daya beli suatu produk. Hal ini terjadi dikarenakan perubahan perilaku konsumen yang lebih berhati-hati dalam membeli produk. Maka dari itu pelaku usaha perlu lebih memperhatikan kualitas produk seperti

kebersihan, keamanan dan daya tahan produk tersebut, mengingat dengan adanya pandemi Covid-19 ini semua dituntut serba higienis.

2. Memperkenalkan *digital marketing*

Pemanfaatan teknologi atau digital marketing dapat memberikan inovasi baru dalam model pemasaran. Penggunaan digital marketing merupakan hal yang baik bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan internet dalam mengembangkan usahanya. Akan tetapi, para pelaku usaha juga perlu memaksimalkan kinerjanya mengingat ketatnya persaingan pada dunia internet. Dalam hal ini kreatifitas diperlukan dalam memasarkan produknya mengingat pengguna media social yang terdiri dari berbagai macam golongan usia. Maka dari itu, pelaku usaha perlu menyesuaikan agar produk yang ditawarkan tepat sasaran dan sesuai dengan pangsa pasar.

3. Menerapkan *Customer Relationship Marketing (CRM)*

Customer Relationship Marketing (CRM) atau sering disebut dengan pemasaran hubungan pelanggan merupakan suatu strategi pemasaran yang bertujuan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Penerapan strategi *Customer Relationship Marketing (CRM)* kedepannya dapat memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan pemasaran. Strategi ini dilakukan agar pelanggan yang telah berbelanja bisa datang lagi untuk berbelanja. Dalam hal ini cara yang dapat dilakukan untuk menjalin hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen dengan memberikan promo atau diskon bagi konsumen yang berbelanja di pelaku

usaha yang dituju serta membantu memberikan saran atau solusi guna membangun komunikasi yang baik.

4. Memperkenalkan *E-commerce*.

Pada dasarnya adanya *E-commerce* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Selain itu, adanya *E-commerce* memudahkan pelaku usaha untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas diberbagai daerah serta dapat bekerja lebih efektif dan efisien dalam menjalankan usahanya.

2.5. Studi Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh Rosita, R., (2020), adalah untuk menganalisis tentang sejauh mana pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari referensi dan berita *online* yang berkaitan langsung dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 telah membuat banyak sektor terpuruk, termasuk sektor UMKM. Selain itu masih terdapat industri yang mampu bertahan pada masa pandemi Covid-19, seperti sektor industri yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar.

Amimy, A., *et al* (2020), dalam penelitian ini menganalisis tentang dampak Covid-19 bagi UMKM di Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari survei secara *online* kepada pelaku UMKM di Jawa Timur. Metode penelitian ini menggunakan statistika deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 telah memberikan dampak

negative bagi UMKM. Hal ini karena adanya kebijakan pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), *Work From Home (WFH)*, dan *School From Home (SFH)* yang mengakibatkan perubahan mobilitas masyarakat yang semakin menurun.

Suryani, E., (2021), penelitian ini menganalisis tentang dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus: Home Industri Klepon di Kota Baru Driyorejo). Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari melalui wawancara secara langsung dengan narasumber. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Covid-19 memberikan dampak yang signifikan diberbagai sektor di seluruh dunia. Maka dari itu pemerintah perlu membuat strategi dengan cara memberikan kontribusi kepada para pelaku UMKM agar mampu menyetabilkan perekonomian negara.

Ihzan, K. N., (2020), penelitian ini menganalisis tentang dampak Covid-19 terhadap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). Jenis data menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari wawancara melalui diskusi dengan pelaku usaha. Metode penelitian dengan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak Covid-19 mengakibatkan tiga sektor, antara lain pariwisata, perdagangan, dan investor. Ada beberapa upaya pelaku usaha guna meningkatkan suatu pendapatan seperti mempelajari tentang teknologi, memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen serta memperhatikan kualitas barang yang akan di jual ke konsumen.

Penelitian Nabilah, S., (2021), untuk mengetahui dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM Zea Food di Kota Mataram. Jenis data yang digunakan menggunakan sumber data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara kepada pemilik usaha. Metode penelitian ini dengan penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM Zea Food cukup tinggi, yang mengakibatkan peningkatan omset penjualan. UMKM perlu meningkatkan inovasi dan kreativitas agar mampu bertahan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis di masa pandemi.

Sri Susilo, Y., (2009), penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi bertahan hidup yang dilakukan oleh industri pangan skala kecil terhadap kenaikan harga pangan dan energi di Yogyakarta. Jenis data menggunakan sumber data primer yang diperoleh melalui wawancara berdasarkan kuesioner dan data sekunder yang dikumpulkan antara lain lokasi industri kecil yang menjadi responden. Metode penelitian ini dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai macam strategi yang diterapkan oleh responden dikategorikan menjadi 2 yaitu menaikkan harga jual produk dan tidak menaikkan harga produk pada dasarnya ditunjukkan agar usahanya tetap dapat beroperasi atau berproduksi.

Alfin, A., (2021), penelitian ini adalah analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi Covid-19. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari buku, *web*, dan penelitian terdahulu yang dianalisis dan diolah kemudian dihubungkan dengan teori yang digunakan dan hasil penelitian terdahulu. Metode penelitian ini dengan pendekatan

kualitatif. Hasil penelitian ini di era pandemi Covid-19 banyak sektor yang terdampak. Hal yang paling terdampak diantaranya adalah sektor UMKM. Dampak yang dirasakan para pelaku usaha ini diantaranya disebabkan oleh adanya pembatasan akibat PSBB yang pada akhirnya mengakibatkan menurunnya jumlah pembeli dan pada akhirnya omset para pelaku usaha menurun. Adapun strategi yang dilakukan salah satunya beralih ke pemasaran secara *E-commerce* mengingat masyarakat saat ini lebih banyak berada di rumah.

Nurshabrina, H., *et al* (2021), penelitian ini untuk mengetahui strategi bertahan UMKM Paguyuban Sewelas Penjaringansari dalam menghadapi pandemi Covid-19. Jenis data dalam penelitian menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui beberapa berita dan data primer yang diperoleh dari buku, jurnal maupun artikel. Metode penelitian ini dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian ini dalam menghadapi masa pandemi seperti saat ini, masyarakat dan pelaku UMKM dituntut untuk berinovasi lebih dan kreatif dalam menjajakan dagangannya. Dampak yang dirasakan seperti banyak pelaku UMKM di masyarakat yang kegiatannya berhenti total dikarenakan tidak adanya konsumen sehingga perlu mencari kegiatan lain untuk tetap bisa membiayai hidup ditengah pandemi. Dalam hal ini strategi yang perlu dilakukan seperti melakukan inovasi baru pada produk, memanfaatkan digital marketing maupun *e-commerce*, serta menjalin hubungan yang baik antara UMKM Paguyuban Sewelas dengan konsumen.

Alfian, G R., *et al* (2020), penelitian ini untuk mengetahui strategi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bertahan paa kondisi pandemi Covid-19 di

Indonesia. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan pandemi Covid-19 yang terjadi memang berdampak pada perekonomian Indonesia terutama terhadap UMKM. Adapun strategi yang digunakan untuk mencegah dan menyelamatkan UMKM seperti mempelajari tentang *digital marketing*, memperkuat Sumber Daya Manusia (SDM), melakukan inovasi kreatif, meningkatkan pelayanan kepa konsumen dengan detail, dan kebijakan pemerintah seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dana agar UMKM tetap beerjalan.

Hardilawati, W A., (2020), penelitian ini merupakan strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil observasi dan data sekunder yang berupa data diperoleh melalui buku-buku dan penelitian terdahulu. Hasil penelitian ini rata-rata UMKM merasakan penurunan omset selama adanya Covid-19. Adapun strategi yang dapat dilakukan seperti melakukan penjualan melalui *e-commerce*, melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan *digital marketing*, melakukan perbaikan kualitas produk, dan melakukan pemasaran hubungan pelanggan atau *customer relationship marketing (CRM)*.