

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi harus disikapi oleh para pelaku bisnis atau usaha dengan menerapkan langkah-langkah strategis bagi kelangsungan usahanya.¹ Setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terbaik dibandingkan dengan pesaingnya. Bisnis merupakan suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk mendapat keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya. Tujuan utama bisnis adalah melayani kebutuhan pelanggan dan mendapatkan keuntungan atau profit.

Tujuan dari bisnis tersebut merupakan hasil akhir yang akan dicapai oleh para pelaku bisnis dan dari bisnis yang mereka lakukan, serta merupakan cerminan berbagai hasil yang diharapkan dapat dilakukan oleh bagian-bagian organisasi perusahaan (produksi, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan dan lain sebagainya). Tujuan bisnis ini akan menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Kegiatan bisnis tidak lepas dari berbagai kendala, seperti hukum dan peraturan pemerintah. Etika dan tanggung jawab sosial bisnis sebagai anggota masyarakat, perubahan ekonomi, teknologi, dan sosial. Bisnis harus mengikuti perubahan yang terjadi. Bisnis yang berhasil adalah bisnis yang mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut.²

Masalah pandemi covid-19 di Indonesia saat ini belum menurun dimana pandemi tersebut kita ketahui meluas pada awal bulan Maret 2020. World Health Organization sudah menetapkan Virus Corona menjadi pandemi global. Status pandemi global ini membuktikan bahwa penyebaran covid-19 ini aktif dan meluas hingga hampir ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Dalam keadaan saat ini virus corona bukanlah suatu wabah yang dapat dibiarkan begitu saja. Bila dilihat dari indikasinya orang awam akan mengiranya sekedar influenza biasa, tetapi bagi analisis kedokteran virus ini cukup berbahaya dan mematikan. Saat ini

¹ Maskarto Lucky Nara Rosmadi, "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4, no. 1 (2021): 122.

² Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis Era REvolusi Industri 4.0*, (Banyumas: Sasanti institute, 2020), 4-5.

perkembangan penularan virus ini cukup relevan karena penyebarannya sudah mendunia dan seluruh negara merasakannya.³

Dari adanya pandemi covid-19 ini maka dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan tujuan membatasi kegiatan orang dan barang dan meminta masyarakat bila tidak ada kebutuhan mendesak disarankan untuk berdiam diri dirumah. Hal ini juga berpengaruh terhadap terbatasnya operasional UMKM dan menurunnya pembeli yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa. Secara keseluruhan, pandemi ini memberi dampak yang sangat besar terutama dalam sektor bisnis. Dampak besar tersebut pastinya bersifat negatif, beberapa perusahaan mengalami kerugian besar. Mereka melakukan yang terbaik agar dapat bertahan hidup. Berbagai dampak negatif menunjukkan perjuangan yang dilakukan sektor bisnis mampu bertahan saat pandemi covid-19.

Saat masa pandemi covid-19 banyak UMKM yang mengalami kelesuan, diantaranya omset mereka mengalami penurunan hingga saat ini beberapa UMKM tidak mendapatkan pemasukan bahkan menghentikan karyawannya. Keadaan seperti ini memaksa para pelaku bisnis untuk berfikir ekstra bagaimana mempertahankan kelangsungan usahanya supaya tidak mengalami kerugian.⁴ Penerapan social distancing menyusul physical distancing yang mewajibkan semua kegiatan dilakukan dari rumah menjadikan dunia usaha kian menurun, sehingga tentu dibutuhkan sebuah strategi bisnis agar kegiatan usaha tetap bertahan di tengah pandemi. Jika tidak, maka besar kemungkinan usaha yang sedang dijalankan akan tertekan bahkan harus gulung tikar.⁵

Menurut Anwar & Hasnu, strategi adalah cara yang digunakan oleh organisasi untuk menghadapi perubahan yang

³ Yenti Sumarni, "Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis," *Al-Intaj* 6 no.2 (2020) : 47.

⁴ Putri Diah Junior Perdamaian dkk, "Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia," *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan* 2, no.3 (2020): 28.

⁵ Ilham dkk, "Kondisi Pengusaha Muda Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19 (Work From Home dan Strategi Survive)," *Civic Culture: Jurnal Ilmu Pendidikan Pkn dan Sosial Budaya* 4, no.1 (2020): 61.

terjadi di dalam organisasi.⁶ Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan, dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi merupakan pilihan pola tindakan atau rencana tentang apa yang ingin dicapai perusahaan dan hendak menjadi apa suatu organisasi di masa yang akan datang dengan mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan serta bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut dengan mengalokasikan sumber daya yang dirancang untuk mencapai tujuan tersebut.⁷ Dalam menjalankan aktivitas usahanya, sebuah organisasi bisnis atau perusahaan menetapkan strategi yang digunakan sebagai arahan bagaimana organisasi itu bertindak agar tujuan organisasi dapat dicapai. Strategi yang ditetapkan tersebut dinamakan strategi bisnis.⁸

Istilah strategi bisnis atau strategi pada level bisnis merujuk pada rencana yang digunakan pada bisnis tunggal untuk bersaing dalam suatu industri tertentu guna mendapatkan tujuan yang diinginkan. Konsep dasar strategi bisnis adalah mengenai pola tindakan dan pendekatan keahlian manajemen untuk menghasilkan kinerja yang maksimal dalam satu lini bisnis yang spesifik. Tujuan utama dilakukan analisis strategi pada level bisnis adalah untuk mengidentifikasi kesempatan utama dan ancaman yang dihadapi bisnis di masa yang akan datang serta menggali kemampuan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki unit bisnis, yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi, menangkap peluang dan ancaman sehingga tujuan bisnis dapat tercapai dan memuaskan.

Strategi bisnis memfokuskan pada bagaimana bersaing dalam industri. Strategi bisnis pada umumnya dirancang untuk meletakkan bisnis pada suatu posisi yang diinginkan dalam suatu industri tertentu, sehingga pada jangka waktu tertentu dapat menghasilkan tingkat keuntungan yang tinggi. Untuk mencapai posisi ini, perusahaan harus mengimplementasikan strategi bisnis

⁶ Michelle Vebby Tanzil Salim dkk, “Strategi Bisnis Primebiz Hotel Surabaya Mmenghadapi Pandemi Covid-19,” *JUMPA* 8, no.1 (2021) : 193.

⁷ Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), 111.

⁸ Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 21.

yang membangun dan mempertahankan keunggulan yang berkelanjutan tertentu melebihi para pesaingnya.⁹

Hasil penelitian Tamitha Intassar Husen dan Fitria Mandaraira menunjukkan bahwa munculnya pandemi menyebabkan banyak aktivitas dari berbagai sendi kehidupan mengalami hambatan, salah satunya adalah aktivitas ekonomi. Kondisi tersebut tentunya meresahkan para pelaku ekonomi, mengingat banyaknya dampak negatif yang disebabkan munculnya Covid-19 yaitu menurunnya permintaan akibat adanya kebijakan PSBB. Kondisi ekonomi seperti ini mengharuskan para pelaku usaha untuk berfikir ekstra bagaimana mempertahankan kelangsungan usahanya agar tidak mengalami kerugian hingga harus gulung tikar, dalam hal ini pemasaran menjadi peran penting untuk meningkatkan penjualan. pemasaran secara langsung bukanlah solusi yang tepat, melainkan harus menggunakan teknologi yaitu melakukan pemasaran secara online.¹⁰

Sedangkan hasil penelitian Putri Diah Juniar Perdamaian dkk. menunjukkan bahwa dampak yang ditimbulkan dengan adanya pandemi ini adalah menurunnya angka penjualan karena adanya kebijakan dari pemerintah tentang penerapan PSBB agar masyarakat tetap diam dirumah sehingga menyebabkan para pelaku UMKM merasakan dampaknya hingga berhenti operasi untuk sementara waktu. Untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi agar dapat bertahan di tengah pandemi dan dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang sedang terjadi. Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan bisnisnya pada masa pandemi yaitu (1) memiliki kepercayaan dan kemandirian yang tinggi, (2) berbisnis yang halal, (3) melakukan ekspor dan impor barang, (4) menjaga kepercayaan relasi bisnis, (5) melakukan promosi barang yang diperdagangkan, (6) berbisnis barang kebutuhan pasar, (7) leadership, (8) menggunakan teknologi informasi dalam berbisnis. Ada juga strategi yang lain yaitu dengan memilih jenis-

⁹ Muhammad Husni Mubarak, *Strategi korporat dan persaingan bisnis dalam meraih keunggulan kompetitif*, (Kudus: Idea Press Yogyakarta, 2009), 85-86.

¹⁰ Tamitha Intassar Husen dan Fitria Mandaraira, "Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Studi pada UMKM Wizz Kitchen Aceh Barat," *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 2, (2021), 191-192.

jenis usaha (1) bisnis makanan dan minuman rumahan (2) bisnis makanan olahan yang dibekukan (3) jasa logistik.¹¹

Sedangkan hasil penelitian Rahmad Firdaus menunjukkan bahwa pandemi yang sedang terjadi sangat berdampak pada ketidakstabilan dalam sektor UMKM. Dampak yang dirasakan berupa penurunan omset penjualan, pembatalan pesanan, kesulitan mendapat bahan baku. Maka dari itu pelaku UMKM harus memiliki strategi agar dapat bertahan di masa pandemi dan dapat menyesuaikan diri. Ada beberapa strategi bertahan dan strategi promosi yang direkomendasikan yang dapat dilakukan UMKM selama masa pandemi yaitu (1) inovasi dan pengembangan produk, (2) melakukan pemasaran produk dengan digital marketing, (3) melakukan pemasaran hubungan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas pelanggan.¹²

Mitra Kampus merupakan sebuah toko yang menjual berbagai macam perlengkapan alat tulis kantor secara grosir dan ecer yang berada di Desa Dersalam Kecamatan Bae Kabupaten Kudus tepatnya dibelakang Pengadilan Agama Kudus. Usaha ini didirikan oleh Bapak Sutiyono pada awal tahun 2021 pada saat pandemi Covid-19. Adapun produk yang dijual ada berbagai macam jenis seperti: tinta untuk mesin Fotocopy; kertas untuk fotocopy dengan berbagai merek mulai dari Sidu, Natural, Copy Paper, Maxi Brite, Ixiora, dan lain sebagainya; bolpoin yang terdiri dari berbagai merek mulai dari Standard AE7, Pilot, Tizo, Exdata, Bolpenku, Kenko dan lain sebagainya; pensil yang terdiri berbagai merek mulai dari pensil kenko 2B, pensil Steadler, pensil faber castell dan lain sebagainya; berbagai macam jenis buku tulis, penggaris, pensil warna, spidol dan masih banyak berbagai macam produk yang ada di ATK Mitra Kampus guna keperluan sekolah, kantor ataupun kebutuhan yang diperlukan oleh para usaha fotocopy.

Pandemi menjadi sebuah tantangan bagi pelaku bisnis khususnya Mitra Kampus karena usaha ini menjual berbagai

¹¹ Putri Diah Juniar Perdamaian, dkk, “Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan Covid-19 di Indonesia,” *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan 2*, no.3 (2020), 35.

¹² Rahmad Firdaus, “Strategi Bertahan dan Promosi UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Batik Melayu Pinang Sirih Kota Pangkalpinang),” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang* 7, no.1 (2021), 112.

kebutuhan fotocopy, perlengkapan kantor dan sekolah. Di masa pandemi seperti ini banyak para pelaku bisnis yang omset penjualannya menurun seperti halnya para pelaku bisnis fotocopy, biasanya bisnis fotocopy banyak diperlukan oleh anak-anak sekolah, mahasiswa dan yang lainnya, karena kondisi yang masih seperti ini kegiatan belajar dilakukan dari rumah (secara daring) maka kebutuhan sekolah tentunya juga bekurang. Hal tersebut sangat mempengaruhi tingkat penjualan bisnis fotocopy yakni menurunnya omset penjualan. Ketika menjalankan sebuah bisnis dalam kondisi yang tidak stabil, maka para pelaku bisnis akan dihadapkan dengan beberapa kemungkinan salah satunya adalah kegagalan dalam berbisnis.

Selama pandemi masih berlangsung, penting bagi para pelaku bisnis untuk merencanakan strategi apa yang harus dijalankan untuk usahanya agar dapat tetap berjalan lancar dengan kondisi yang masih belum stabil. Strategi sangat penting untuk menentukan kesuksesan dalam sebuah bisnis. Maka dari itu, perusahaan harus menerapkan strategi bisnis yang membangun dan mempertahankan keunggulan yang berkelanjutan tertentu melebihi para pesaingnya. Dalam menerapkan strategi bisnis dapat ditinjau dari berbagai bidang yaitu Strategi Operasi/ Produksi, Strategi Pemasaran, Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Strategi Keuangan. Mitra Kampus saat menjalankan kegiatan usahanya dalam masa pandemi sejauh ini mampu bersaing dan bertahan cukup baik, sehingga usaha ini bisa dikatakan berhasil berkembang dalam masa pandemi covid-19. Dengan keberhasilan usaha yang dijalankan tentunya Mitra Kampus sudah mengimplementasikan strategi yang tepat untuk bisnisnya agar mampu berkembang dan bertahan dimasa pandemi .

Maka dari itu penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada Mitra Kampus, sehingga penulis mengambil judul tentang “ **Analisis Strategi Mempertahankan Bisnis di Tengah Pandemi Pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus**”.

B. Fokus Penelitian

Dalam fokus penelitian yang dimaksud adalah batasan masalah yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum.¹³

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 285.

Fokus penelitian memuat rincian tentang cakupan atau topik-topik yang akan diungkap atau digali dalam suatu penelitian. Adapun fokus penelitian dalam penelitian yang berjudul “*Analisis Strategi Mempertahankan Bisnis ditengah Pandemi Pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus*” adalah:

Subject, adapun subjek yang terlibat dalam penelitian ini adalah Pemilik Mitra Kampus, Karyawan Mitra Kampus, dan Pelanggan Mitra Kampus.

Activity, pada penelitian ini aktivitas yang terjadi adalah bagaimana strategi yang dilakukan pada mitra kampus tersebut agar dapat mempertahankan bisnis ditengah pandemi covid-19.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bisnis Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus?
2. Apa saja kendala dalam mempertahankan bisnis ditengah pandemi pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus
2. Untuk mengetahui apa saja kendala dalam mempertahankan bisnis ditengah pandemi pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus

E. Manfaat Penelitian

Adanya manfaat penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri maupun pihak-pihak yang terkait, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi, dan secara umum dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis tentang strategi mempertahankan bisnis ditengah pandemi pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan acuan bagi pengusaha Mitra Kampus yang terkait dengan strategi mempertahankan bisnis ditengah pandemi.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran isi dari penelitian ini maka peneliti membuat sistematika secara garis besar. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang berisikan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka yang berisikan kajian teori yang dijadikan landasan teoritis dalam penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III Metode penelitian yang berisikan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil penelitian yang berisikan mengenai gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, dan analisis data penelitian di Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus.

BAB V Penutup yang berisikan simpulan dan saran yang dapat membantu dalam pengembangan strategi mempertahankan bisnis ditengah pandemi pada Toko Mitra Kampus Dersalam Bae Kudus.

Pada bagian akhir skripsi terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran