

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era ini, pasar Indonesia dipenuhi oleh bisnis keluarga dari berbagai bidang usaha. Tentu, dengan semakin banyaknya perusahaan maupun toko-toko berbasis UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dapat membawa kesejahteraan bagi Indonesia dimana angka pengangguran dan kemiskinan dapat teratasi dengan baik. Namun, akhir tahun 2019 muncul sebuah isu mengenai munculnya penyakit yang sangat menular, tepatnya wabah ini pertama kali terdeteksi di Wuhan, China. Informasi-informasi yang berasal dari mulut ke mulut pun semakin menggemparkan seluruh negara khususnya di negara Indonesia.

Pada awal tahun 2020, *World Health Organization* (WHO) secara resmi menyatakan bahwa penyakit menular tersebut benar adanya dan dinamakan *Corona Virus disease, COVID-19* yang disebabkan oleh virus *SARS-CoV-2* (*World Health Organization*, 2020). Pada Juni 2021, *World Bank Group* juga ikut andil dalam kasus *COVID-19* dengan menyediakan dana sebesar \$160 miliar (sesuai kebutuhan) dan \$50 miliar sebagai sumber dana *Individual Development Account* (IDA) yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang berpenghasilan rendah agar dapat mencapai stabilitas keuangan jangka panjang (*World Bank Group*, 2021).

Seluruh masyarakat didesak untuk beradaptasi dengan situasi tersebut dimana banyaknya aturan-aturan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah demi mencegah penularan *COVID-19*. Salah satunya ialah adanya batasan interaksi sosial (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang artinya seluruh masyarakat diwajibkan untuk melakukan aktivitas di dalam rumah termasuk para pekerja dan pelajar. Demikian juga dengan perusahaan, toko, kios ataupun pedagang kaki lima dimana hanya diizinkan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Kondisi ini tentu sangat merugikan dari segala aspek, khususnya dalam hal perekonomian menjadi turun drastis akibat terkena dampak dari *COVID-19*. Tidak sedikit dari pebisnis Indonesia ikut tergeser bahkan gulung tikar karena omset bisnis yang merosot tajam.

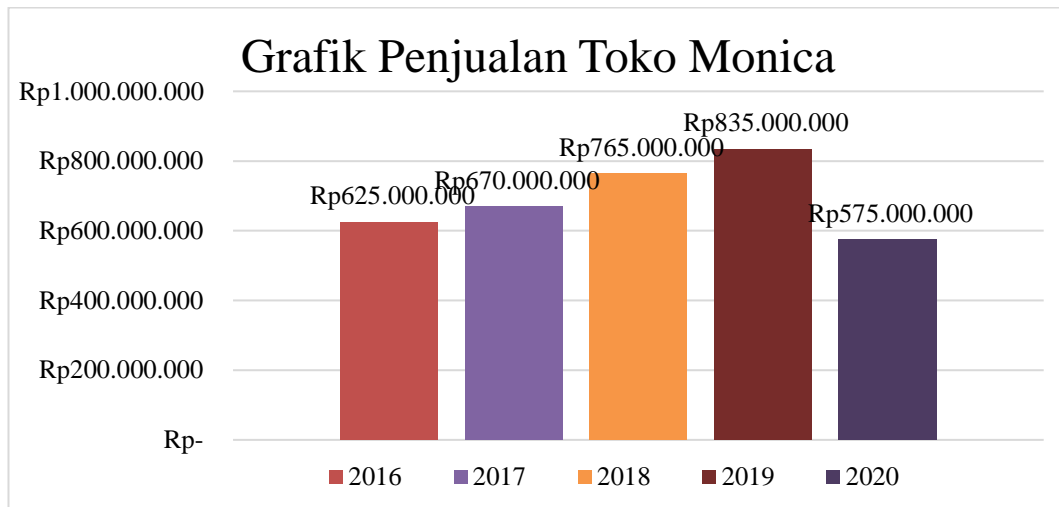
Penelitian ini dilanjutkan berdasarkan rekomendasi dari Taylor Brydges, Monique Retamal dan Mary Hanlon (2020) dengan judul *Will COVID-19 Support the Transition to a More Sustainable Fashion Industry?* yang mengkaji dampak *COVID-19* terhadap kelanjutan insentif dalam industri mode. Penelitian ini diteliti menggunakan metode kualitatif dimana referensinya ditinjau dari *website* industri yang terkait secara global. Penulis juga menyarankan peneliti selanjutnya untuk menganalisa tanggapan atau reaksi dari aktor lainnya (dalam bidang sandang) terhadap suatu kondisi darurat mengenai kesehatan masyarakat saat ini. Tentunya, dengan konteks geografis yang berbeda dalam transisi waktu ke waktu (Brydges *et al.*, 2020).

Maka dari itu, penelitian ini hanya akan menganalisis bagian terkecil dari bidang mode dimana mengacu pada salah satu toko eceran pakaian dalam serta terkena dampak dari *COVID-19* di Makassar, Sulawesi Selatan yakni Toko Monica yang sedang mengalami penurunan omset pada awal tahun 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Toko Monica merupakan bisnis keluarga yang sudah dirintis sejak tahun 2011 dan telah dikembangkan secara turun-temurun hingga dikelola oleh *Oei Chien Min* atau biasanya dipanggil juga dengan nama Indonesia, Heriyanto Winardy selaku pemilik (generasi ke-2). Toko ini menjual berbagai jenis pakaian seperti, pakaian dalam (pria dan wanita) termasuk korset, *tank top*, piyama, garmen (*legging*, *stocking*, kaos kaki dan lain-lain). Bisnis keluarga ini menerapkan budaya *Chinese* serta mengikuti ajaran agama Buddha dalam menjalankan usaha ini.

Selama pandemi *COVID-19* tentu sangat berpengaruh besar pada UMKM di Indonesia. Hal ini cukup meresahkan para pebisnis (dalam skala kecil hingga besar) karena ikut serta merasakan dampak dari *COVID-19* dimana terjadinya penurunan pendapatan yang cukup drastis, salah satunya ialah Toko Monica yang berbisnis dalam bidang sandang.



Grafik 1. 1: Penjualan Toko Monica

Sumber: Pemilik, Heriyanto Winardy (Informan 1).

Berdasarkan Grafik 1.1, dapat dilihat Toko Monica mengalami penurunan omset pada tahun 2020 dikarenakan adanya pembatasan sosial yang diberlakukan oleh pemerintah yaitu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Akibat munculnya penyakit corona, membuat Pak Heriyanto selaku pemilik usaha harus beradaptasi dengan perubahan yang cukup signifikan seperti, penjualan menurun akibat adanya batasan waktu buka maupun tutup toko bahkan tidak diperbolehkan untuk melakukan aktivitas berjualan selama periode tertentu. Alhasil, Veby Winardy (anak kandung dari Pak Heriyanto Winardy) selaku pewaris berinisiatif untuk mengubah sistem penjualan menjadi pesan antar dimana proses pemesanan dilakukan melalui aplikasi *WhatsApp* sedangkan pengantaran barang dilakukan oleh Heriyanto sendiri atau biasanya dibantu oleh kurir daring seperti Gojek dan Grab.

1.2.1 Pertanyaan Penelitian

1. Faktor-faktor pendukung apa saja yang memungkinkan Toko Monica dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya selama pandemi *COVID-19*?
2. Bagaimana cara penerapan strategi dari Toko Monica agar dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya selama pandemi *COVID-19*?

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat menjadi keunggulan kompetitif dari Toko Monica serta cara penerapan strategi bisnis agar dapat bertahan selama pandemi *COVID-19*.

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat karena pemilik memperoleh sudut pandang baru dari persepsi pegawai maupun konsumen dan mengetahui keunggulan kompetitif dari strategi bisnisnya sehingga Toko Monica dapat dipertahankan serta dikembangkan menjadi lebih baik.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai beberapa aspek yaitu, latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang landasan teori dari bisnis keluarga dan keunggulan kompetitif, yang dikaitkan dengan pengaruh budaya, agama serta menjelaskan mengenai kondisi dari bidang usaha mode selama pandemi *COVID-19* berlangsung.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab tiga, peneliti menjabarkan tentang paradigma penelitian, strategi penelitian, teknik pengumpulan data, desain penelitian, validitas dan reliabilitas, profil partisipan serta lokasi toko.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada bab empat merupakan definisi dari laten variabel dan hasil analisa data berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan sehingga dapat menghasilkan proposisi penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pada bab akhir, peneliti memaparkan hasil akhir dari *mini model theory*, kesimpulan, limitasi dan rekomendasi serta implikasi untuk pemilik Toko Monica penelitian selanjutnya.