

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Inc. (2021), bisnis keluarga merupakan usaha yang dimiliki oleh dua atau lebih dari anggota keluarga yang terlibat, serta mayoritas kepemilikan atau kendali sepenuhnya dipegang oleh anggota keluarga. Di dalam bisnis keluarga penting untuk mempertahankan nilai – nilai inti pada bisnis, meningkatkan fokus untuk memilih penerus, memiliki sistem tata kelola yang baik, memperdalam pemahaman tentang peluang serta tantangan dalam bisnis keluarga, dan mempertahankan komitmen (KPMG, 2020).

Bisnis keluarga memiliki peran penting dalam perekonomian di seluruh dunia (PwC, 2021). Berdasarkan pernyataan yang dibuat oleh Leo Grepin, pemimpin Sun Life Asia (2020), landasan ekonomi Asia dikuasai oleh bisnis keluarga sehingga menjalankan bisnis keluarga di Asia masih memiliki banyak keuntungan. Di Indonesia, para pemilik bisnis keluarga mempercayai bahwa bisnis keluarga memiliki banyak keuntungan dikarenakan menurut survei yang dilakukan Sun Life Asia pada tahun 2020 lebih 60% menyetujui bahwa model bisnis keluarga berpengaruh dalam keuntungan yang didapat (Sun Life Asia, 2020).

Pada akhir tahun 2019, *World Health Organization* menyatakan bahwa wabah COVID-19 sebagai pandemic yang diakibatkan kasus penularan yang terus meningkat (WHO, 2020). Di Indonesia, presiden Joko Widodo menyatakan secara resmi wabah COVID -19 pada tanggal 2 Maret 2020 (Kompas, 2020). Akibat pernyataan presiden Indonesia, akhirnya pemerintahan Indonesia membuat

peraturan untuk masyarakat menerapkan *social distancing* dan seiring berjalannya waktu untuk membatasi kegiatan masyarakat pemerintahan membuat peraturan PSBB hingga PPKM dengan harapan agar kasus COVID - 19 di Indonesia mengalami penurunan dan tidak terus menyebar (Kompas, 2020). Dengan adanya pandemi ini, perekonomian dunia merasakan dampak yang luar biasa termasuk Indonesia yang dimana Bank Indonesia dan menteri keuangan RI memprediksi bahwa masa depan ekonomi Indonesia akan suram hal ini diakibatkan pada Agustus 2020 pertumbuhan ekonomi tertekan hingga minus 6,13% (Junaedi & Salistia, 2020).

Menurut CNN Indonesia (2020, para. 1-4), Badan Pusat Statistik menyatakan sejak adanya pandemi banyak usaha menengah kecil dan usaha menengah besar yang tertekan akibat wabah dari virus corona. Ada 10,1% usaha menengah kecil yang memutuskan untuk memberhentikan operasi bisnis mereka dan sebesar 5 % dari usaha menengah besar yang melakukan hal yang serupa. Selain itu, sebanyak 59,8% usaha menengah besar dan 49,4% usaha menengah kecil melakukan kebijakan untuk mengurangi jam kerja agar tidak perlu melakukan PHK besar besaran seperti yang dilakukan banyak perusahaan besar lainnya. Dengan pandemi COVID-19 ini, menyebabkan adanya keunggulan kompetitif bisnis yang terancam karena perubahan pasar yang begitu cepat termasuk bisnis keluarga yang tergolong pada usaha menengah kecil maupun usaha menengah besar (PwC, 2021).

Pada masa pandemi COVID-19, Asosiasi Roll Former Indonesia menyatakan bahwa kondisi perindustrian material bahan bangunan turun sebanyak 30% (Arief, 2020). Selain itu, menurut ketua umum Asosiasi Semen Indonesia penjualan semen

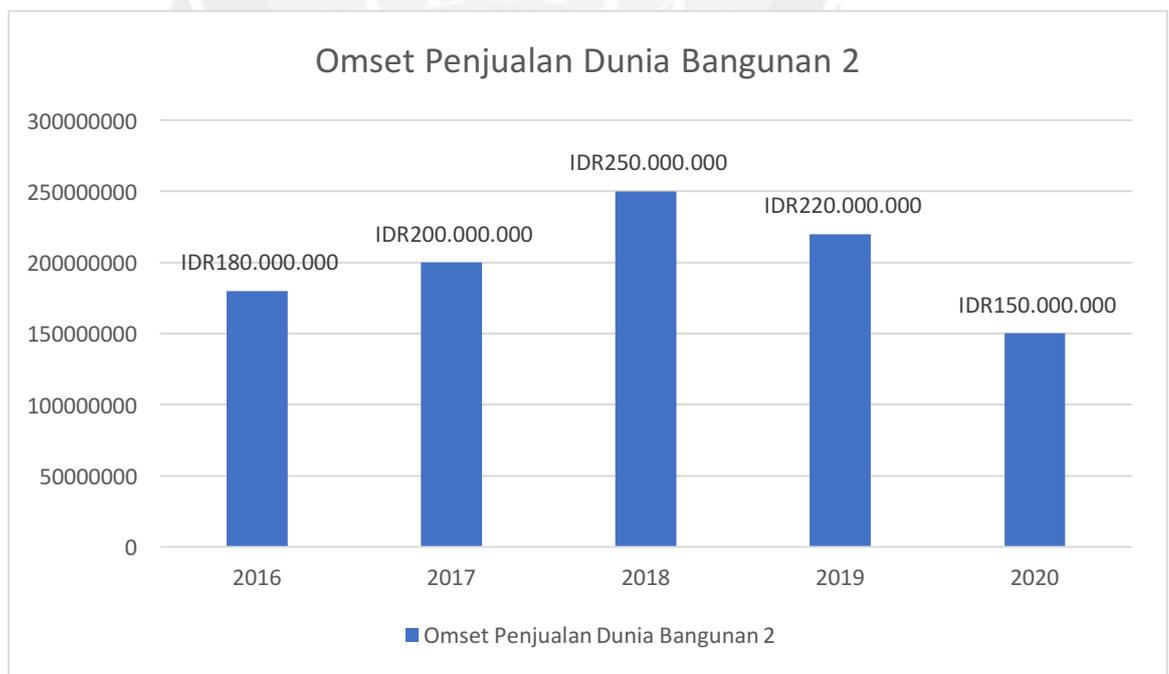
pada tahun 2020 menurun sebanyak 600.000 ton dibanding tahun tahun sebelumnya dan masih terus menurun sebanyak 4,3 juta ton atau lebih dari 9% dari periode sebelumnya (Arief, 2020). Menurut Pramitaningsih (2020), menurunnya daya beli masyarakat yang terjadi diakibatkan aktivitas ekonomi yang terhambat oleh pandemi ini berlangsung. Salah satu toko bangunan yang diwawancarai oleh beliau mengatakan bahwa dengan adanya pandemi tidak ada masyarakat yang melakukan mudik sedangkan pada tahun sebelumnya para pemudik senang untuk memborong bahan bangunan untuk merenovasi rumah mereka untuk menyambut hari raya.

Menurut Hwang *et al.* (2020), yang meneliti dampak COVID -19 terhadap usaha retail, mereka menyarankan agar studi selanjutnya dapat lebih memperluas penelitian terhadap usaha retail di bidang yang berbeda terutama usaha retail yang menjual produk non digital yang lebih banyak.

1.2 Masalah Penelitian

Dunia Bangunan 2 merupakan sebuah bisnis keluarga yang bergerak di bidang industri material bahan bangunan sejak tahun 1993 yang didirikan oleh Bapak Along di Jalan Raya PLP, Suka Bakti, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. Usaha ini menjual semua kebutuhan yang diperlukan untuk keperluan bangunan, seperti semen, baja ringan, besi, kayu, batu bata, pasir, kunci, dan masih banyak lagi. Toko bangunan ini sudah berpengalaman di bidangnya yang dimana selalu di percaya oleh warga sekitar untuk membeli segala keperluan untuk bangunan mereka. Pendiri dari usaha ini memiliki latar belakang budaya Tionghua Teochew serta beragama Kong Hu Cu.

Pada masa pandemi COVID - 19 ini, penjualan yang terjadi di industri material bahan bangunan terutama di toko Dunia Bangunan 2 mengalami penurunan dibanding tahun - tahun sebelumnya. Di masa pandemi, perekonomian di dunia mengalami penurunan yang cukup drastis sehingga banyak pelanggan dari dunia bangunan 2 yang memberhentikan proses pembangunan akibat ekonomi yang sedang susah.



Gambar 1.1 Omset Penjualan Dunia Bangunan 2
Sumber: Pemilik Dunia Bangunan 2

Berdasarkan grafik omset penjualan Dunia Bangunan 2, dapat dilihat dari tahun 2016 -2020 adanya penurunan disaat sudah memiliki desas-desus munculnya virus corona di Cina pada akhir tahun 2019. Pada tahun 2020, penjualan di toko bangunan ini mengalami penurunan penjualan yang drastis akibat kasus COVID pertama yang dinyatakan secara langsung oleh presiden Joko Widodo.

Dengan adanya pandemi ini membuat banyak sekali usaha yang terkena imbasnya termasuk toko Dunia Bangunan 2 yang mengalami penurunan penjualan sehingga sempat terasa sulit untuk membayar supplier dan banyak piutang yang tidak terbayarkan oleh pelanggan dengan alasan sudah tidak memiliki pemasukkan sampai terkena PHK di tempat pelanggan dari toko ini bekerja.

Dengan adanya pandemi ini juga banyak sekali toko bangunan sekitar yang tidak sanggup untuk bertahan dan akhirnya gulung tikar tetapi tidak sedikit pula toko bangunan baru yang berada di sekitar wilayah Dunia Bangunan 2 yang buka di masa pandemi dan masih bertahan sampai sekarang. Menurut pendiri, kurang lebih kisaran dari 6 toko bangunan yang berada di daerah tersebut tutup dan mengalami kebangkrutan.

1.2.1 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang telah diuraikan diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. faktor strategi apa yang membuat Dunia Bangunan 2 bisa mempertahankan keunggulan kompetitif di masa pandemi COVID -19?
2. bagaimana Dunia bangunan 2 mengimplementasikan strategi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif selama masa pandemic COVID -19?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diinginkan dari penelitian ini merupakan untuk mengetahui faktor strategi yang membuat Dunia Bangunan 2 bisa mempertahankan keunggulan kompetitif di masa pandemi COVID -19. Selain itu, untuk mengetahui

pengimplementasian strategi yang digunakan Dunia bangunan 2 untuk mempertahankan keunggulan kompetitif selama masa pandemi COVID -19.

