

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu memaparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian yang akan dijabarkan sebagai berikut:

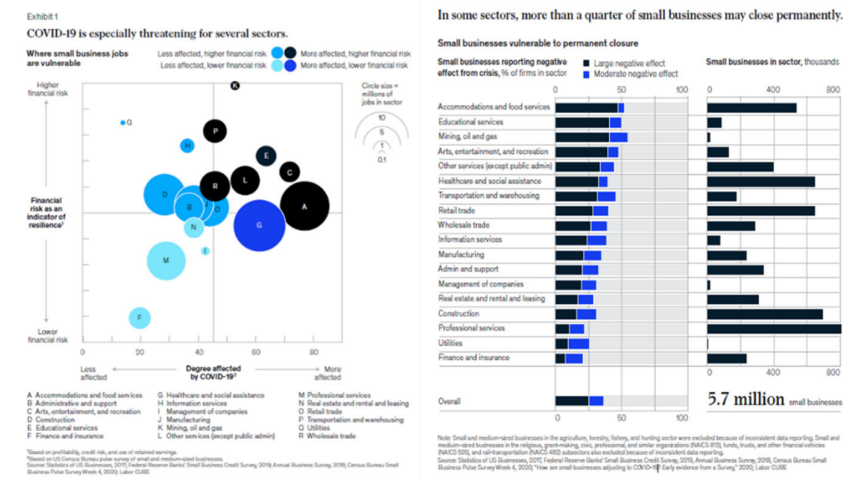
1.1 Latar Belakang

Tahun 2009-2018 merupakan periode pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pertumbuhan tersebut dapat ditandai dengan meningkatnya *Foreign Direct Investment* (FDI) hingga 19,779 miliar USD per tahun 2015 (Purba, 2020). Peningkatan FDI suatu negara dapat mempengaruhi *output* perkapita, sehingga dapat meningkatkan produksi barang-jasa dan daya beli masyarakat (Syahputra, 2017). Kondisi pertumbuhan ekonomi ini dapat ditinjau dari kondisi UMKM dan aktivitas transaksinya. Pada periode tersebut, UMKM mulai dipandang sebagai sektor bisnis produktif secara makro dan mikro. Penjualan produk UMKM yang meningkat dan kondisi usaha yang stabil membuat lembaga keuangan dan penanaman modal untuk memberikan perluasan akses pendanaan (Suci, 2017). Perluasan akses modal tersebut membawa pengaruh positif terhadap proses bisnis UMKM, sehingga sektor usaha kecil-menengah menjadi semakin berjaya. Salah satu UMKM yang berjaya adalah UMKM sektor F&B (*Food & Beverage*) dimana sektor ini telah ditetapkan sebagai lima jenis investasi prioritas di Indonesia (Sancoko and Rahmawati, 2019). Kejayaan tersebut mulai meredup sejak memasuki tahun 2019.

Tahun 2019-2021 merupakan salah satu periode terberat bagi para pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pada periode tersebut, Indonesia sedang berada pada kondisi darurat berupa penyebaran penyakit COVID-19. COVID-19 merupakan virus epidemi menular yang muncul pertama kali di Wuhan, China yang telah menjadi pandemi dan tersebar hampir ke seluruh dunia, termasuk Indonesia (Meng et al., 2020). Hal ini direspon pemerintah dengan melaksanakan *lockdown* besar-besaran guna mengurangi terjadinya penyebaran penyakit. Pemberlakuan *lockdown* telah menghambat aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, sehingga kondisi ekonomi semakin buruk (Thaha, 2020). UMKM menjadi salah satu pihak terdepan yang paling terdampak dan dirugikan

akibat pandemi. Berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh KemenkopUMKM, diketahui bahwa terdapat sekitar 37.000 UMKM dengan laporan kerugian yang signifikan yaitu: $\pm$ 56% penyusutan penjualan, 22% isu terhadap pembiayaan utang usaha, 15% terkait distribusi barang dan 4% UMKM merasa kesulitan dalam mencari *raw material* (Thaha, 2020). Mayoritas UMKM yang mengalami dampak serius adalah unit usaha yang bergerak pada sektor makanan dan minuman (Thaha, 2020).

Tahun 2022 merupakan tahun dimana kasus aktif COVID-19 mengalami penurunan drastis dan kehidupan normal mulai diterapkan secara nasional. Performa UMKM F&B terancam kesulitan untuk pulih mengingat dalamnya dampak yang dialami saat pandemi. Berdasarkan laporan *Mckinsey company* yang dikutip dalam Dua et al. (2020), UMKM F&B merupakan sektor usaha paling terdampak dengan risiko finansial yang tinggi.



Gambar 1.1 Sektor UMKM terdampak saat pandemi

Gambar 1.1 menjelaskan efek yang terjadi dari adanya COVID-19 yaitu: penurunan konsumsi, eksistensi UMKM dan daya beli masyarakat. Masyarakat juga lebih cenderung menahan uangnya dari aktivitas transaksi walaupun kondisi ekonomi sudah mulai membaik. Imbas fenomena ini adalah menurunnya minat beli ulang konsumen berdasarkan indikator aktivitas mencari, membeli dan menggunakan produk/layanan. Pada dasarnya, minat beli ulang konsumen bersifat dinamis dan dapat berubah karena kondisi tertentu, sehingga dapat ditingkatkan oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi adalah reputasi *brand*, *review word of mouth*, pengalaman beli, dan kualitas produk. Reputasi *brand*

mencerminkan *value* dan kualitas suatu produk (Swaminathan et al., 2020). *Review word of mouth* adalah salah satu strategi *marketing* terbaik dengan tingkat *influencing* yang tinggi (Sari and Dwiya, 2018). Pengalaman beli mencerminkan acuan awal terhadap evaluasi produk/layanan/jasa oleh konsumen (Foster, 2017). Kualitas produk menjadi titik penentu kepuasan konsumen yang mempengaruhi minat beli ulang di masa yang akan datang (Imron, 2019).

Pada esensinya, performa penjualan UMKM F&B setelah masa pandemi dapat ditingkatkan. Peningkatan ini dapat ditinjau berdasarkan implementasi strategi bisnis atas dasar faktor reputasi *brand*, *review word of mouth*, pengalaman beli, dan kualitas produk. Investigasi perubahan perilaku konsumen saat pandemi menuju pasca pandemi perlu dianalisis lebih lanjut guna memahami minat beli ulang konsumen. Penelitian mengenai **“PERANCANGAN STRATEGI USAHA BERBASIS ANALISIS FAKTOR PADA UMKM F&B DI BANGKALAN PASCA PANDEMI”** perlu dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian adalah bagaimana menyusun strategi usaha terbaik berdasarkan hasil analisis faktor reputasi *brand*, *review word of mouth*, pengalaman beli dan kualitas produk pada umkm F&B di masa pandemi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menentukan variabel laten dan manifes untuk perancangan strategi
2. Melakukan analisis faktor konfirmatori atas variabel laten dan menentukan modelnya
3. Merancang strategi bisnis berdasarkan hasil analisis faktor konfirmatori

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM F&B memahami faktor reputasi *brand*, *review word of mouth*, pengalaman beli dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen, sehingga UMKM F&B dapat menyusun

strategi bisnis yang tepat pada kondisi pasca pandemi, dengan harapan dapat membantu meningkatkan performa penjualan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan Masalah penelitian ini adalah pada proses *sampling* data yang diambil pada responden yang pernah membeli produk di salah satu UMKM F&B (yang telah ditentukan) di Kabupaten Bangkalan lebih dari 3 kali. UMKM F&B yang ditentukan adalah UMKM yang memiliki *brand*, model bisnis serupa dan bertipe *restaurant*. UMKM F&B tersebut adalah Bebek Sinjay, Bebek Sungkem Pak Salim, Bebek Rizky, Bebek Suramadu dan Warung RI. Penelitian ini hanya memvalidasi kelayakan model dan variabel manifes pembentuk faktor-faktor penyebab minat beli ulang konsumen serta strategi rancangannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan gambaran umum masalah penelitian yang akan dilakukan, dimana terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan batasan masalah.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan teori yang relevan dengan penelitian skripsi.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan tahapan prosedur penelitian yang dimulai dari pengambilan data hingga pengolahan data.

BAB IV: PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjabarkan mengenai pengolahan data dan interpretasi analisa hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan hasil kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA