

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk yang cukup banyak yaitu negara ke-4 di dunia. Persaingan dalam mencari pekerjaan sangat kompetitif, disebabkan ketersediaan lapangan pekerjaan yang lebih kecil dibandingkan orang yang mencari kerja. Selain itu jumlah penduduk yang ada di Indonesia semakin meningkat. Berdasarkan Tribun Jateng data dari Badan Pusat Statistik jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2017 lebih dari 262 juta jiwa (Setiawan, 2017). Jumlah tersebut diperkirakan setiap tahun akan terus meningkat. Bertambahnya jumlah penduduk tentu akan menambah kebutuhan pokok dan lapangan pekerjaan. Sampai saat ini masih banyak penduduk Indonesia yang belum bisa memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini membuat Indonesia termasuk dalam negara termiskin. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) per maret 2019 jumlah penduduk miskin Indonesia terdapat 25,14 juta jiwa atau 9,41%. Keadaan ini tentunya menjadi salah satu tugas pemerintah dan warga negara Indonesia sendiri untuk meningkatkan tingkat kesejahteraan di Indonesia.

Peningkatan negara yang terdampak virus Covid-19 di seluruh dunia seperti Amerika, Spanyol dan Italia membuat situasi ekonomi dunia semakin memburuk. Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Langkahlangkah penguncian (lockdown) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia. Dalam survei awal, lebih dari 50% UMKM mengindikasikan bahwa mereka bisa gulung tikar dalam beberapa bulan ke depan. Sejak itu, kebangkrutan telah menumpuk dan tingkat awal mulai runtuh. Misalnya, pada bulan Maret, aplikasi bisnis AS turun antara 40% hingga 75% dibandingkan tahun sebelumnya - kontraksi bahkan lebih tajam dibandingkan selama Great Recession. UMKM menyediakan setiap dua dari tiga pekerjaan di wilayah OECD dan berkontribusi setengah dari PDB. Angka-angka ini

menunjukkan potensi pengorbanan segmen besar ekonomi. Memang, data OECD menunjukkan bahwa UMKM terwakili secara berlebihan di sektor-sektor yang paling terkena dampak tindakan penguncian, yaitu pariwisata, layanan ritel dan profesional, dan konstruksi dan transportasi, di mana mereka menyumbang tiga perempat dari semua pekerjaan. Wabah ini telah mengungkapkan kerentanan tinggi dari banyak usaha kecil itu, yang kondisinya semakin lama semakin lama situasi saat ini berlangsung.

Dampak pandemic COVID-19 terhadap sektor UMKM ini tentu sangat berpengaruh terhadap kondisi perkenomian Indonesia dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar pada berbagai bidang antara lain (1) Jumlah Unit Usaha di Indonesia per 2018 total 64,2 Juta unit usaha, dengan jumlah unit usaha UMKM sebesar 64,1 Juta (99,9%) (2) Kontribusi pada jumlah Tenaga Kerja, Jumlah tenaga kerja di Indonesia per 2018 total 120,6 Juta orang, dengan jumlah tenaga kerja di UMKM sebesar 116,9 Juta (97%) (3) Kontribusi pada PDB, Jumlah kontribusi PDB dunia usaha di Indonesia per 2018 total 14.038.598 Milyar, dengan kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 8.573.895 Milyar (61,07%) (4) Kontribusi terhadap Ekspor Non Migas Jumlah ekspor non migas Indonesia per 2018 total 2.044.490 Milyar, dengan kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas sebesar 293.840 Milyar (14,37%) (5) Kontribusi terhadap Investasi, Jumlah investasi di Indonesia per 2018 total 4.244.685 Milyar, dengan kontribusi UMKM terhadap investasi sebesar 2.564.549 Milyar (60,42%).

Salah satu dampak pandemi COVID-19 yang berpengaruh terhadap UMKM adalah sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah terdampak pandemi virus corona (Covid-19). Kebanyakan koperasi yang terkena dampak Covid-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Para pengelola koperasi merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal dan terhambatnya distribusi. Sementara itu, sektor UMKM yang terguncang selama pandemi Covid19, selain makanan dan minuman, adalah industri kreatif dan pertanian.

Dalam situasi pandemi ini, menurut KemenkopUMKM ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan sekitar 56 persen melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22 persen melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4 persen melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah pendekatan secara mikro melalui manajemen UMKM secara bisnis.

Undang-undang nomor 20 tahun 2008 merupakan kebijakan yang dipandang sangat mendukung pada peningkatan UMKM. Peningkatan UMKM memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga menjadi salah satu bentuk solusi usaha masyarakat dalam menghadapi krisis ekonomi seperti pada saat sekarang ini. Perkembangan sektor UMKM di Indonesia sangatlah potensial. Hal ini terlihat dari kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik produk (PDB) semakin meningkat selama lima tahun terakhir dimana peningkatan kontribusi sektor UMKM dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Selain itu, penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM naik dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen. Ini menunjukkan UMKM memiliki peran strategis dalam mengurangi kemiskinan dan pengangguran (Setyawan, 2007).

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 138/PMK.05/2020 tahun 2020 pasal 1 ayat 3 dan 4 menyebutkan bahwa : “Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah”.

Menurut Kotler dalam Lupioyadi (2014: 7) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Dalam hal ini yang dikatakan strategi apabila pengelola mampu mengoptimalkan pekerjaan, jasa, cakupan, kendala kerja, hingga menjamin jasa usaha tersebut berkualitas dapat dipercaya dan tidak menciptakan suatu hal yang akan merugikan pelanggan. Strategi yang harus dimiliki penyedia jasa dimulai dari perencanaan awal atau target yang akan dicapai, pelaksanaan yang sesuai dengan permintaan pelanggan dan pencapaian atau hasil yang didapat agar tetap mempunyai kualitas pelayanan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa jasa adalah aktivitas yang tidak memberikan kepemilikan tetapi menghasilkan kegiatan ekonomi dengan hasil keluaran yang tidak berwujud dan memberikan keuntungan bagi pelanggan sebagai akibat dari pertukaran yang diharapkan dan dalam proses produksinya melibatkan langsung pihak pelanggan.

Menurut Tjiptono F (2011: 3) memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik di mata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk dari pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan membuat citra positif bagi perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas. Perusahaan yang menjual jasa berarti menjual produknya dalam bentuk kepercayaan.

Menurut Barkah Indarto (2014) Ada banyak sekali peluang bisnis yang bisa dijalankan pada saat ini, khususnya bagi kawula muda. Banyak kisah Motivasi dan Inspirasi dari kawula muda yang telah menoreh

kesuksesan dalam berbisnis. Di Indonesia, peluang bisnis mengalami lompatan yang sangat signifikan dan sebagai negara berkembang memiliki peluang yang sangat luas untuk masalah perekonomian dan bisnis. Sangat penting rasanya untuk menumbuhkan potensi dan kepercayaan diri kawula muda untuk terus berinovasi dan menciptakan gebrakan, khususnya dalam hal bisnis. Belakangan ini, jasa cuci sepatu menjadi perbincangan bisnis yang hangat di kalangan anak muda. Khususnya ketika tren sepatu sneaker/running mulai muncul kembali ke permukaan di media tahun 2014. Terlihat dari munculnya sejumlah komunitas lari di bilangan Jakarta maupun Bandung. Adapun penyebab munculnya bisnis tersebut dikarenakan kesibukan masyarakat dalam bekerja atau mencari ilmu membuat masyarakat menyerahkan sebagian pekerjaan cuci mencuci kepada pihak yang lebih berpengalaman.

Purwodadi merupakan kota yang terletak di Kabupaten Grobogan dan merupakan Ibukota dari Kabupaten Grobogan. Perkembangan bisnis di Purwodadi di pengaruhi oleh perkembangan era modern yang semakin canggih. Peningkatan jumlah penduduk juga mempengaruhi dari pekerjaan ini ,banyaknya masyarakat di Purwodadi yang bekerja menggunakan sepatu menimbulkan bisnis baru di kota Purwodadi yaitu bidang jasa cuci sepatu, jumlah penduduk di kota Purwodadi yang terus meningkat dapat menjadi konsumen tetap. Berdasarkan laporan IDN Times Media pada tahun 2020 kota Purwodadi terus mengalami peningkatan penduduk hingga mencapai 1.387.791 penduduk.

Dari uraian diatas sebagai penyedia layanan harus bisa mengantisipasi kecenderungan persaingan terhadap perusahaan lain dibidang jasa yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan bisnis, serta menjaga kualitas pelayanan demi kenyamanan dan kepuasan pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya salah satu tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Hal ini memacu para pengusaha pengelola jasa untuk tetap menjaga kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan dalam jasa yang diberikan. Pengelolaan dalam bidang jasa ini bisa

mencakup beberapa aspek yaitu bagaimana seorang bisa membuat perencanaan maupun strategi agar pelanggan bisa mempercayainya. Karakteristik apa yang harus dibuat agar bisa mencari solusi yang akan dilaksanakan. Masalah apa saja yang perlu di atasi supaya tidak merugikan citra kerja penyedia layanan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut pengelolaan apa saja yang harus dimiliki dan dilakukan penyedia jasa cuci sepatu pada skala mikro di kota Purwodadi, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGELOLAAN BISNIS JASA CUCI SEPATU PADA SKALA MIKRO DI PURWODADI”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana perencanaan bisnis jasa cuci sepatu pada skala mikro di Purwodadi?
- b. Bagaimana pelaksanaan bisnis jasa cuci sepatu pada skala mikro di Purwodadi?
- c. Bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan bisnis jasa cuci sepatu pada skala mikro di Purwodadi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan perencanaan bisnis jasa cuci sepatu pada skala mikro di Purwodadi.
2. Mendeskripsikan pelaksanaan bisnis jasa cuci sepatu pada skala mikro di Purwodadi.
3. Mendeskripsikan peningkatan kualitas pelayanan bisnis jasa cuci sepatu pada skala mikro di Purwodadi.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengelolaan bisnis khususnya dibidang cuci sepatu.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi mahasiswa, dapat menambah wawasan dalam pengembangan bisnis dibidang cuci sepatu dan khususnya menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang pengelolaan bisnis jasa cuci sepatu pada skala mikro di Purwodadi.

b. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan peneliti tentang pengelolaan bisnis jasa cuci sepatu.

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan bagi perusahaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman terhadap kualitas jasa pelayanan atau arus pertukaran informasi bisnis di bidang jasa cuci sepatu, sehingga dapat mengembangkan bisnis tersebut menjadi lebih baik lagi dalam pengelolaanya.