

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wabah *COVID-19* sebagai pandemi dunia setelah diumumkan oleh WHO atau Badan Kesehatan Dunia dan penyebarannya yang begitu cepat menciptakan *COVID-19* sebagai topik utama di penjuru dunia. *COVID-19* sudah mulai menyebar di Indonesia pada awal tahun 2020 dan rakyat yang terjangkit virus *COVID-19* ini jumlahnya semakin hari semakin banyak. Wabah *COVID-19* ini berdampak pada perekonomian khususnya bagi pelaku atau pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia.

Dilihat dari perspektif pelaku usaha, UMKM dapat dikatakan sebagai usaha yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, atau badan usaha kecil. Namun, beberapa ekonom menggunakan istilah berbeda untuk mendefinisikannya (Niko Ramadhani, 2020). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) saat ini memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan penting dalam pembangunan perekonomian nasional, hal ini terlihat dari kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia yang meningkat setiap tahun (I.D.K.R. Ardiana dkk., 2010). Salah satu keunggulan yang utama adalah kemudahan dalam mengadopsi inovasi dalam bisnis, terutama dalam bidang teknologi. Pertumbuhan bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) lebih mudah dicapai dengan mengadopsi teknologi terkini, karena tidak memiliki birokrasi yang rumit dan

sistem yang rumit (Dina Amalia, 2020). Pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam menjalankan bisnisnya, memiliki strategi untuk bertahan di negara yang sedang mengalami pandemi seperti negara Indonesia saat ini agar *Organization Performance*-nya dapat tercapai dan itu bukan hal yang mudah bagi pemilik-pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Karyawan dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) harus memiliki *competence* agar dapat menjalankan strategi-strategi yang telah disusun oleh pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dengan baik. Wabah *COVID-19* ini membuat pemilik-pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berpikir untuk mempertahankan bisnisnya dengan strategi.

Kinerja atau *performance* adalah kemauan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan suatu kegiatan dan meningkatkannya dengan hasil yang diharapkan sesuai dengan tanggung jawabnya (I.D.K.R. Ardiana dkk., 2010). Menurut Surjadi (dalam Ezzah Nahrishah & Imelda, 2019) *organization performance* adalah keseluruhan pekerjaan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan organisasi artinya *organization performance* dapat dilihat dari sejauh mana organisasi dapat mencapai tujuan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Butuh sumber daya manusia yang kompeten untuk mencapai tujuan organisasi. *Organization performance* yang baik tidak akan bisa dicapai apabila sumber daya manusia dari organisasi tidak mendukung atau tidak dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik. Butuh kerja sama antar

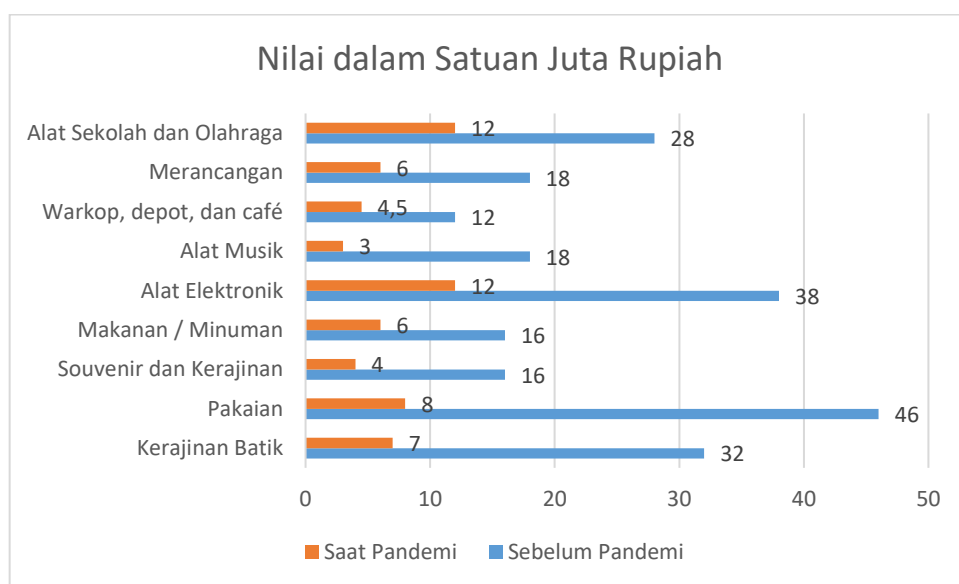
karyawan dengan pemilik di dalam sebuah perusahaan agar tercapainya tujuan perusahaan.

Kompetensi adalah mengacu pada kemampuan melakukan atau menyelesaikan pekerjaan berdasarkan keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang diperlukan untuk pekerjaan tersebut (Posuma, 2013). Menurut Ruky (dalam Anak Agung Ngurah Bagus Dhermawan dkk., 2012) *competence* merupakan ciri dasar dari seseorang (individu), mempengaruhi cara berpikir dan bertindak, menggeneralisasi semua situasi yang dihadapi, dan bertahan cukup lama pada manusia. Pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam mengelola sumber daya manusia harus mempertimbangkan atau memilih sumber daya manusia yang mampu melaksanakan pekerjaan-pekerjaan yang sudah ditentukan oleh pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Sumber daya manusia yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang baik maka dapat melaksanakan pekerjaan dengan baik.

Menurut (Gichovi, 2019) *strategic change management* digambarkan sebagai cara untuk menanggapi perubahan sehingga manajer organisasi dan karyawan bekerja sama untuk berhasil mengimplementasikan perubahan organisasi yang diperlukan. Perubahan yang dilakukan perusahaan bisa dari berbagai aspek, misalnya perubahan cara pemasaran, perubahan struktur organisasi, dll. Setidaknya ada dua pandangan utama tentang penggunaan manajemen perubahan strategis dalam literasi, yang pertama adalah pandangan tentang manajemen perubahan strategis yang berfokus pada bagaimana

organisasi dapat menggunakan manajemen perubahan strategis untuk membalikkan kinerja yang buruk, dan yang lainnya tentang manajemen perubahan strategis berfokus pada bagaimana Menjaga atau meningkatkan kinerja organisasi (Mariam & Abdul Haeba Ramli, 2020).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang terdampak karena adanya wabah *COVID-19* ini salah satunya adalah para pengusaha di Sidoarjo. Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Sidoarjo juga merasakan dampak parah pandemi *COVID-19* karena keterbatasan, tempat tertutup, dan jarak sosial, banyak dari mereka tidak dapat membuka usaha seperti sebelumnya. Bambang Wahyuono mengungkapkan Hipmikindo Jatim sendiri memiliki 2.000 anggota UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), dan secara umum penjualannya turun 70-100%. Penurunan penjualan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga merupakan bagian dari penutupan Pusat Oleh-oleh yang 95% produknya berupa makanan ringan dan oleh-oleh. Kalaupun sentra oleh-oleh tutup, perusahaan kecil dan menengah berusaha mencari cara untuk meningkatkan omzetnya, terutama saat permintaan produk makanan dan minuman masih tinggi selama Ramadan. Bambang Wahyuono mengatakan: "Sebelum *COVID-19*, melalui produk berkualitas tinggi dan merek yang kuat, bisnis makanan olahan yang sudah mulai beroperasi tetap stabil, seperti makanan ringan renyah yang terbuat dari cokelat dan makanan beku." (JawaPos.com, 27 April 2020)



Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Saat dan Sebelum Pandemi

Gambar 1.1 menunjukkan penurunan omzet penjualan dalam rentang waktu 3 (tiga) bulan yang sangat drastis, contohnya seperti yang dialami oleh UMKM makanan dan minuman, pada saat sebelum pandemi hingga bulan Februari 2020, omzet penjualan dapat mencapai 16 juta rupiah. Kemudian dari bulan Februari 2020 sampai dengan bulan Mei 2020, omzet penjualan mengalami penurunan, hanya mendapatkan 6 juta rupiah.

Strategic change management yang dapat dilakukan oleh para pemilik UMKM adalah beralih berjualan menggunakan media sosial. UMKM Jawa Timur mau tidak mau akhirnya belajar menjual produknya secara daring. Setidaknya 80-100% UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) beralih ke daring melalui media sosial Instagram, Facebook dan Grup Whatsapp, terutama di produk *fashion*, aksesoris, dan makanan dan minuman (JawaPos.com, 27 April 2020).

Menurut latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *competence*, *strategic change management*, dan *organization performance* dari pengusaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman yang berada di Sidoarjo pada saat pandemi *COVID-19* melanda Indonesia dengan judul skripsi **”PENGARUH *COMPETENCE* TERHADAP *ORGANIZATION PERFORMANCE* YANG DIMEDIASI OLEH *STRATEGIC CHANGE MANAGEMENT* (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Makanan dan Minuman di Sidoarjo dalam Kondisi Pandemi *COVID-19*)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Atas dasar latar belakang di atas, maka penelitian ini memiliki perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *competence* berpengaruh terhadap *strategic change management* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo?
2. Apakah *strategic change management* berpengaruh terhadap *organization performance* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo?
3. Apakah *competence* berpengaruh terhadap *organization performance* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo?

4. Apakah *competence* berpengaruh terhadap *organization performance* melalui *strategic change management* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *competence* terhadap *strategic change management* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh *strategic change management* terhadap *organization performance* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh *competence terhadap organization performance* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh *competence* terhadap *organization performance* melalui *strategic change management* pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) makanan dan minuman di Sidoarjo

1.4 Manfaat

A. Bagi Pemilik UMKM

Diharapkan dapat memberikan wawasan untuk pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang ingin mengganti strategi dari usahanya.

B. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan oleh semua mahasiswa dan dapat menjadi masukan untuk peneliti di masa yang akan datang.

C. Bagi Peneliti

Penyusunan skripsi ini dapat memberikan wawasan untuk penulis yang lebih luas lagi tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Sidoarjo.