

PENGARUH PANDEMI COVID-19 PADA UMKM DI INDONESIA

Oleh :

HerunaTanty¹⁾, Andres²⁾, CorneliusChandraTjhindrawan³⁾, Richardkumoro⁴⁾

¹Fakultas Matematika dan Statistik, Universitas Bina Nusantara

^{2,3,4}Fakultas Teknik, Universitas Bina Nusantara

¹email: herunatanty@yahoo.com

²email: andresvp2134@gmail.com

³email: chandracornelius78@gmail.com

⁴email: Richard.kumoro2@gmail.com

Abstrak

Pandemi COVID-19 yang sudah melebar luas memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial, dan politik bukan hanya dari negara-negara besar akan tetapi hampir seluruh negara yang ada di dunia. Negara Indonesia yang didominasi oleh para pelaku Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) perlu diberikan perhatian khusus oleh pemerintah terhadap sektor yang satu ini karena kontribusi dan dampak para pelaku UMKM terhadap tingkat perekonomian nasional yang cukup besar. Dalam penulisan menggunakan analisis penelitian deskriptif dan inferensial yaitu dalam proses pengambilan datanya yang memerlukan tanggapan dari para pelaku UMKM untuk mengetahui validitas mana saja yang perlu dilakukan oleh para pelaku UMKM dan juga mengambil dari berbagai sumber referensi yang berguna untuk bisa mendukung penelitian ini. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian jurnal ini berguna untuk dapat mengetahui bagaimana tantangan ekonomi dan bisnis yang dihadapi oleh para pelaku UMKM akibat pandemi COVID-19. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa bagaimana dampak pandemi COVID-19 terhadap eksistensi UMKM di Indonesia dan bagaimana solusi untuk membantu para pelaku UMKM dapat bertahan dimasa pandemi COVID-19. Akibat dari pandemic Covid-19 tersebut memberikan dampak yang merugikan cukup besar pada perekonomian yang ada di Indonesia terutama pada para pelaku UMKM.

Kata Kunci: Pandemi COVID-19, UMKM, Solusi Terhadap UMKM

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang sudah terjadi secara global mulai dari tahun 2019 akhir dan mulai masuk ke Indonesia pada maret tahun 2020 telah membuat dampak buruk yang begitu besar bagi semua kalangan masyarakat. Pada awal masuknya virus Covid-19 sudah masuk ke Indonesia, kalangan masyarakat yang terdampak cukup besar khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena kurangnya pembeli (customer) yang beraktifitas diluar rumah dan membeli produk yang para pelaku UMKM dagangkan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan para pelaku UMKM. Banyaknya dampak yang tidak baik dari adanya pandemi Covid-19 kepada para pelaku UMKM menjadi dasar penelitian untuk bisa memberikan berbagai macam masukan dan juga strategi-strategi yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk menghadapi pandemi Covid-19 ini. Mulai dari [1] pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau sosial distancing dari pemerintah pusat sejak Maret 2020 dengan tujuan untuk membatasi pergerakan orang dan atau barang sehingga mengharuskan masyarakat untuk berdiam di rumah jika tidak ada keperluan mendesak. Sementara [2] pemerintah Kota melaksanakan PPKM Mikro dan mendorong seluruh masyarakat untuk mematuhi peraturan kesehatan dengan mengikuti aturan lima menit (aturan 5M),

sejumlah jalan diblokir untuk membatasi pergerakan masyarakat selama periode PPKM Mikro. Dan juga Indonesia [3] yang didominasi oleh keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak secara serius tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga terhadap jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena pandemi ini. Berdasarkan data dari kementerian koperasi [4] pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang paling terdampak ada di sektor makanan dan minuman. Sektor UMKM yang [5] terdampak selama pandemi COVID-19 ini selain daripada industri makanan dan minuman, ada juga yang terdampak adalah dari sektor industri kreatif dan pertanian. Untuk itu diperlukan strategi [6] bertahan untuk UMKM dengan berupa melakukan perdagangan melalui digital, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan mulai dari kualitas produk [7] dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Strategi lainnya yang [8] bisa membuat para pelaku UMKM untuk bisa bertahan dan meningkatkan kembali pendapatan para pelaku UMKM adalah dengan melakukan usaha yang direncanakan oleh individu atau kelompok untuk dapat memperoleh tujuan yang diinginkan dan untuk bisa memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi.

Penggunaan digital juga semakin marak digunakan oleh para pelaku UMKM yang mana [9] selama pandemi Covid-19 para pelaku UMKM telah mendorong diri mereka untuk menggunakan media sosial yang lebih tinggi yang tentunya untuk berkorelasi pada meningkatnya transaksi penjualan para UMKM. Setelah strategi, perlu juga ada usaha untuk membangkitkan kembali semangat para pelaku UMKM dengan cara [10] menganalisis apa saja alat yang dapat diberikan pengetahuan untuk bisa memenuhi kebutuhan bisnis, memberikan perencanaan alat-alat dan bahan yang diperlukan untuk menunjang kegiatan pelatihan membangkitkan semangat membuka usaha kembali, dan melakukan pelaksanaan untuk mengoptimalkan branding dan juga inovasi produk yang dijual agar dapat bertahan di masa pandemi serta cara melakukan packing yang menarik. Inovasi yang didapatkan juga dapat untuk [11] memotivasi dan kreativitas apa saja yang dapat dilakukan untuk bisa membantu membuka pikiran para pelaku UMKM lebih luas di masa pandemi Covid-19 ini.

Hal-hal yang sudah dijabarkan diatas tentunya harus ada kebijakan dari pemerintah karena ini merupakan bagian dari tanggung jawab pemerintah juga. Masalah pandemi Covid-19 ini [12] pemerintah harus dapat mengambil kebijakan yang tegas dalam hal pemberian bantuan sosial kepada para pelaku UMKM, memperluas pembiayaan modal kerja, diberikannya insentif pajak, dan membuat pemerintah daerah sebagai alat untuk menyangga produk-produk yang dijual oleh para pelaku UMKM dan mengajari cara menggunakan aplikasi digital. Dan juga kebijakan ini dibuat oleh pemerintah untuk sebagai sebuah implementasi untuk daya tarik industri sehingga para pelaku UMKM dapat bangkit dan berkembang lagi.

Tujuan dari penelitian tentang pengaruh pandemi COVID-19 pada UMKM Indonesia antara lain:

1. Mengetahui dampak pandemi COVID-19 pada UMKM.
2. Mengetahui program apa yang dapat UMKM lakukan untuk bertahan.
3. Menganalisis pola UMKM yang dapat bertahan pada era COVID-19.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada penelitian kali ini menggunakan metode deskriptif dan inferensial, yang dimana metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menunjukkan karakteristik dari populasi atau fenomena yang sedang diteliti. Hingga akhirnya metode penelitian ini berfokus pada penjelasan objek penelitian dan menjawab peristiwa atau fenomena apa yang terjadi. Metode inferensial adalah proses pengambilan kesimpulan penelitian yang didasarkan pada data sampel dengan jumlah yang lebih sedikit agar kesimpulan yang didapat bersifat lebih umum untuk sebuah populasi. Dikarenakan kami menggunakan kuesioner metode

yg paling cocok adalah metode deskriptif dan inferensial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Masa pandemi ini yang dirasakan oleh para pelaku UMKM mengalami penurunan drastis sejak kemunculan di tahun 2019, virus COVID 19 ini menyebar sangat cepat di seluruh belahan dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Dengan tersebarnya virus ini di Indonesia dampaknya adalah perlambatan ekonomi di berbagai sektor yang dirasakan dalam negeri. mulai dari harga bahan baku, hingga harga pangan pun terkena imbasnya. selain itu imbasnya juga terkena pada industri pariwisata di Indonesia yang dimana industri ini merupakan industri yang memiliki efek domino terhadap UMKM. Berdasarkan data yang diolah oleh P2E LIPI, hal ini berdampak pada UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27% sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah sebesar 1,77%. padahal, UMKM ini memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Dimana UMKM menyerap 97% dari total penyerapan tenaga kerja.

Perubahan model bisnis dari konvensional menjadi digitalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel. dengan menghadirkan kemudahan berbelanja pada kenyataannya di era digital membuat orang lebih suka menggunakan aplikasi atau aktivitas belanja online. berikut beberapa alasan yang kami dapatkan orang melakukan belanja online:

a. Meminimalkan biaya

Efisiensi dari biaya dan waktu menjadi faktor pertimbangan orang untuk melakukan belanja online. selain lebih murah dari segi biaya, belanja online juga lebih menghemat dari biaya lain seperti parkir, dan biaya akomodasi lainnya.

b. Kurangi kelelahan

Orang atau pelanggan yang melakukan belanja online, orang tidak perlu harus pergi masuk ke dalam mall. tidak perlu macet di jalan dan bisa berbelanja sambil melakukan aktivitas dirumah.

c. Harga bersaing

Berbelanja online membantu orang untuk membandingkan harga lebih gampang dan lebih cepat. tidak perlu membandingkan antara satu dengan toko yang lain yang sangat memakan waktu.

d. Banyak potongan harga/ harga spesial

Sistem berbelanja online merancang sebuah sistem seperti tabungan, dimana apabila kita sering berbelanja maka kita akan makin sering mendapatkan kupon berbelanja berikutnya dengan potongan harga. berbeda dengan konvensional yang hanya memberikan potongan harga pada saat tertentu atau kepada member saja. Banyaknya keuntungan yang ditawarkan dengan berbelanja online membuat orang lebih memilih untuk berbelanja online dibandingkan harus berbelanja secara konvensional seperti dulu.

namun adanya era baru seperti ini juga menimbulkan banyaknya persaingan sehingga harus ada beberapa langkah yang disiapkan UMKM untuk dapat mempertahankan eksistensinya di pasar digital:

- a. Melakukan strategi digital dengan penetrasi terhadap pasar baru seperti Facebook, Google, Youtube, DLL. pentingnya memanfaatkan media sosial merupakan salah satu cara untuk bertahan di pasar digital.
- b. Dapat memindahkan pelanggan lama ke pasar baru secara online sehingga customer lama tidak hilang.
- c. Memiliki strategi yang tepat untuk menanggapi pelanggan digital karena terdapat perbedaan yang sangat jelas dari pasar konvensional dengan pasar digital. Kehadiran pasar online ini tidak hanya membawa dampak buruk. tetapi, juga membawa banyak sisi positif lainnya seperti lebih dekat dengan pelanggan, promosi dapat dilakukan dengan cepat dan murah, dan menjangkau segala pelosok dunia yang terhubung di internet. untuk membantu UMKM dapat terus bertahan hingga bertumbuh di era COVID ini caranya hanya dengan melakukan digitalisasi produk mereka yang disebut sebagai reformasi bisnis era digital.

4. KESIMPULAN

Pada awal masuknya virus Covid-19 sudah masuk ke Indonesia, kalangan masyarakat yang terdampak cukup besar khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena kurangnya pembeli (customer) yang beraktifitas diluar rumah dan membeli produk yang para pelaku UMKM dagangkan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan para pelaku UMKM.

Banyaknya dampak yang tidak baik dari adanya pandemi Covid-19 kepada para pelaku UMKM menjadi dasar penelitian untuk bisa memberikan berbagai macam masukan dan juga strategi-strategi yang diberikan kepada pelaku UMKM untuk menghadapi pandemi Covid-19 ini. Dan juga Indonesia yang didominasi oleh keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak secara serius tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga terhadap jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena pandemi ini.

Strategi lainnya yang bisa membuat para pelaku UMKM untuk bisa bertahan dan meningkatkan kembali pendapatan para pelaku UMKM adalah dengan melakukan usaha yang direncanakan oleh individu atau kelompok untuk dapat memperoleh tujuan yang diinginkannya dan untuk bisa memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi. Penggunaan digital juga semakin marak digunakan oleh para pelaku UMKM yang mana selama pandemi Covid-19 para pelaku UMKM telah mendorong diri mereka untuk menggunakan media sosial yang lebih tinggi yang tentunya untuk

berkorelasi pada meningkatnya transaksi penjualan para UMKM.

Setelah strategi, perlu juga ada usaha untuk membangkitkan kembali semangat para pelaku UMKM dengan cara menganalisis apa saja alat yang dapat diberikan pengetahuan untuk bisa memenuhi kebutuhan bisnis, memberikan perencanaan alat-alat dan bahan yang diperlukan untuk menunjang kegiatan pelatihan membangkitkan semangat membuka usaha kembali, dan melakukan pelaksanaan untuk mengoptimalkan branding dan juga inovasi produk yang dijual agar dapat bertahan di masa pandemi serta cara melakukan packing yang menarik. Inovasi yang didapatkan juga dapat untuk memotivasi dan kreativitas apa saja yang dapat dilakukan untuk bisa membantu membuka pikiran para pelaku UMKM lebih luas di masa pandemi Covid-19 ini.

Masalah pandemi Covid-19 ini pemerintah harus dapat mengambil kebijakan yang tegas dalam hal pemberian bantuan sosial kepada para pelaku UMKM, memperluas pembiayaan modal kerja, diberikannya insentif pajak, dan membuat pemerintah daerah sebagai alat untuk menyangga produk-produk yang dijual oleh para pelaku UMKM dan mengajari cara menggunakan aplikasi digital. Berdasarkan data yang diolah oleh P2E LIPI, hal ini berdampak pada UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27% sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah sebesar 1,77%.

5. REFERENSI

- Alfin, A. (2021). Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543-1552.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5.
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662-669.
- Natasya, V., & Hardiningsih, P. (2021). Kebijakan pemerintah sebagai solusi meningkatkan pengembangan UMKM di masa pandemi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 141-148.

- Nasution, W. S. L., Nusa, P., & Putra, S. D. (2021). MEMBANGKITKAN UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID 19. *TRIDHARMADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Jakarta*, 1(1), 9-18.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109-120.
- Windi, W. S. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Di Kota Bandung. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 9(1), 28-29.