
PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DAN STRATEGI UMKM

BERTAHAN PADA KONDISI PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA

Zuhrinal M Nawawi¹ Chadisa Rizky Ananda²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id¹chadisarizkyananda@gmail.com²

Abstract

The Covid-19 pandemic that is currently sweeping the world, including Indonesia, will certainly affect people's lives, both in health and social and economic aspects. This study aims to analyze and analyze the extent of the impact of the Covid-19 pandemic on UMKM and how UMKM strategies survived during the Covid-19 Pandemic in Indonesia. The research method used is a qualitative descriptive method, using secondary data sources from research results, references and online news that are directly related to this research. Since March 2020, Indonesia has been confirmed with an outbreak of Covid-19. The spread of the Covid-19 virus has the potential to directly impact the economy, including micro, small and medium enterprises UMKM. The impact of Covid-19 on UMKM includes a decrease in sales turnover, causing a decrease in income by business actors. Based on observations, some UMKM felt a decrease in turnover during the Covid-19 pandemic due to reduced activities carried out by people outside the home. Another finding based on observations is that not all UMKM feel a decline in sales turnover, there are also some UMKM that are still stable and experience an increase in sales turnover because they are able to adapt to technological developments in terms of product innovation and marketing strategies to survive in the business world.

Keyword : *Pandemic covid-19, Umkm, Indonesia*

Abstrak

Pandemi covid-19 yang tengah melanda dunia, termasuk Indonesia dipastikan mempengaruhi kehidupan masyarakat, baik aspek kesehatan maupun sosial dan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk dan menganalisis sejauh mana pengaruh pandemi covid-19 terhadap UMKM dan bagaimana strategi UMKM bertahan pada saat masa Pandemi Covid-19 yang ada di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita online yang terkait langsung dengan penelitian ini. Sejak Maret 2020 Indonesia sudah terkonfirmasi wabah Covid-19. Penyebaran virus Covid-19 berpotensi berdampak secara langsung terhadap perekonomian termasuk juga usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Dampak dari Covid-19 terhadap UMKM diantaranya yaitu penurunan omset penjualan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan oleh pelaku usaha. Berdasarkan hasil observasi, sebagian UMKM merasakan penurunan omset selama adanya pandemi Covid-19 yang disebabkan karena berkurangnya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat di luar rumah. Temuan lain berdasarkan observasi adalah tidak semua UMKM merasakan penurunan omset penjualan, ada juga sebagian UMKM yang masih stabil dan mengalami peningkatan omset penjualannya karena mereka mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dalam hal inovasi produk dan strategi pemasaran untuk bertahan di dunia bisnis.

Kata kunci : Pandemi covid-19, Umkm, Indonesia

Pendahuluan

Pandemi covid-19 di Indonesia pertama kali di deteksi pada 2 Maret 2020, ketika 2 orang terkonfirmasi tertular dari seorang warga Negara Jepang. Pada 9 April, Pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi dengan Jawa Timur, DKI Jakarta dan Sulawesi Selatan sebagai provinsi paling terparah. Upaya pencegahan penyebarannya dilakukan dan dikampanyekan. Setidaknya ada dua cara yang menjadi kunci pengendalian penularan dan penyebaran covid-19 yaitu dengan menjaga jarak dan rajin mencuci tangan dengan sabun dan memperbanyak wastafel portable yang diadakan secara mandiri oleh masyarakat. Pemerintah pun akhirnya melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengkampanyekan Stay at Home. Covid-19 atau yang dikenal sebagai virus corona merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh syndrome pernafasan akut coronavirus2 (severe acute respiratory syndrome corona virus 2 or SARS-coV 2). Corona virus menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (Middle East Respiratory Syndrome), dan SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome). Coronavirus ini pertama ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019.

Sektor UMKM pun terdampak parah. Eksistensi pandemi COVID-19 bukan sekedar mengancam dari aspek kesehatan tapi juga berdampak buruk bagi perekonomian. Pandemi covid-19 yang terjadi belakangan ini merupakan momok bagi setiap individu di negeri ini termasuk para pelaku UMKM sebagai tonggak penyokong perekonomian nasional (Huba, 2020). Saat ini kita dihadapkan dengan kesiapsiagaan darurat dan respon individu, pemerintah dan bisnis di semua level untuk bertindak cepat mengantisipasi dampak pandemi COVID 19 terhadap ekonomi global, dimulai dengan sektor pariwisata yang terdampak paling awal, dimana banyak perjalanan wisata dibatalkan karena tempat tujuan wisata ditutup pemerintah setempat. Hal ini tentu diikuti oleh sektor transportasi baik darat, laut maupun udara yang mengalami penurunan penumpang sangat signifikan apalagi dengan pemberlakuan Work from Home bagi pegawai di beberapa perusahaan swasta dan pemerintahan. Sektor UMKM adalah salah satu sektor yang memiliki dampak signifikan saat pemerintah memberlakukan PSBB, karena akan mengurangi jumlah konsumen yang berbelanja secara langsung. Pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian besar UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat penurunan daya beli masyarakat. Berdasarkan data dari kementerian koperasi yang memaparkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (Antara, Mei 2020).

Sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi COVID-19. Para pengusaha UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sedikitnya 39,9 persen UMKM memutuskan mengurangi stok barang selama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat covid-19. Sementara itu 16,1 persen UMKM memilih mengurangi karyawan akibat toko fisik ditutup. Sektor UMKM mengalami dampak yang cukup dalam akibat pandemi covid-19. Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif.

Dampak yang signifikanpun terjadi terhadap perekonomian di Indonesia. Dari semua lini usaha mikro, kecil hingga operasi sangat terdampak dengan adanya wabah virus corona. Penjualan menurun, permodalan, pesanan menurun, kesulitan bahan baku, dan kredit macet. Ekonomi tiba-tiba ambruk dalam sekejap. selama pandemi COVID-19 selain daripada makanan dan minuman, juga yang terdampak adalah industri kreatif dan pertanian. Bahkan hasil survey menunjukkan bahwa kesulitan yang belum pernah dihadapi perusahaan sebelumnya akibat pandemi covid-19, yaitu dua dari tiga perusahaan yang menghentikan operasinya baik sementara maupun secara permanen, karena pendapatan menurun drastis.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua efek yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia. Selain itu penelitian ini, penulis menggunakan telaah literatur (literature review) dan artikel penelitian (research article), dari jurnal dan pemberitaan online yang bertujuan untuk membuat kesimpulan dan evaluasi pada permasalahan yang penulis kaji. Subjek dari penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdampak covid 19, yang penulis amati berdasarkan riset penelitian (research article), maupun jurnal-jurnal penelitian. metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita online yang terkait langsung dengan penelitian ini. Metode analisis data yaitu berupa data sekunder baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif dari jurnal dan pemberitaan online. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan

dari sumber yang telah ada, diperoleh dari hasil riset, referensi dan pemberitaan online. Sumber data sekunder adalah yang terkait dengan penelitian, untuk selanjutnya dianalisis dan diambil kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Sejak Maret 2020 Indonesia sudah terkonfirmasi wabah Covid-19. Penyebaran virus Covid-19 berpotensi berdampak secara langsung terhadap perekonomian termasuk juga usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Dampak dari Covid-19 terhadap UMKM diantaranya yaitu penurunan omset penjualan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan oleh pelaku usaha. Hal ini terjadi karena berkurangnya aktivitas masyarakat di luar rumah, berkurangnya kepercayaan masyarakat, serta sulitnya memperoleh bahan baku. Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan physical distancing dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktifitas masyarakat berpengaruh pada aktifitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Para pelanggan menutup diri dan menjaga jarak dan berdampak terhadap aktifitas bisnis. Kegiatan interaksi fisik antara sesama manusia menjadi berkurang dan membuat masyarakat mengurangi aktifitas ekonomi secara drastis. Hal ini berdampak pada bisnis di sektor manufaktur, transportasi dan pariwisata mengalami penurunan. Keadaan ini sangat mengkhawatirkan, mengingat banyaknya kewajiban yang harus ditanggung seperti membayar listrik, menggaji karyawan dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi, sebagian UMKM merasakan penurunan omset selama adanya pandemi Covid-19 yang disebabkan karena berkurangnya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat di luar rumah. Temuan lain berdasarkan observasi adalah tidak semua UMKM merasakan penurunan omset penjualan, ada juga sebagian UMKM yang masih stabil dan mengalami peningkatan omset penjualannya karena mereka mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dalam hal inovasi produk dan strategi pemasaran untuk bertahan di dunia bisnis. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh UMKM termasuk memilih membuka lini produk baru atau memperbaharui sistem pemasaran mereka, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan. Berikut adalah beberapa hal perlu dilakukan oleh pelaku bisnis agar bisa bertahan dan meningkatkan omset penjualannya di masa pandemic Covid-19.

1. E-commerce

E-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk berupa barang/jasa secara elektronik. Penjualan ini dilakukan oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Laudon & Traver, 2016). E-commerce merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM di masa pandemi Covid-19 dalam menjalankan usaha untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar.

2. Digital Marketing

Digital Marketing merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai internet dan media sosial. Cara pemasaran secara digital yang sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha adalah dengan menggunakan media sosial seperti memasarkan produk melalui instagram, facebook, twitter, tiktok, youtube, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga menjadikan digital marketing harus dapat dipahami dan dipelajari oleh UMKM.

3. Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan

Peningkatan kualitas produk bisa dilakukan dengan control mutu produk lebih detail dan menjamin rasa, kebersihan serta keamanan produk. Selain peningkatan kualitas produk, UMKM juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menambah jenis pelayanan seperti pesan antar dan pelayanan pembelian melalui online yang dapat dengan mudah diakses oleh konsumen.

4. Customer Relationship Marketing (CRM)

Customer relationship marketing merupakan sebuah konsep strategi pemasaran yang berupaya menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan, yaitu mempertahankan hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun transaksi ulangan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Dimasa Pandemi ini, pelaku UMKM sebaiknya tidak hanya berfokus pada promosi di media sosial untuk mendapatkan pelanggan baru, namun sebagai pelaku usaha harus bisa mempertahankan atau menjaga pelanggan yang sudah ada dengan menciptakan kepuasan pelanggan hingga akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan.

Industri UMKM yang Mampu Bertahan UMKM yang mampu bertahan ditengah iklim covid-19 ini antara lain adalah UMKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital dengan

memanfaatkan marketplace yang ada di Indonesia. Dan UMKM yang mampu bertahan di era pandemi covid-19 adalah UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi, misalnya yang tadinya menjual produk-produk tas dan baju kemudian merubah produknya menjadi jual masker kain. Industri lain yang mampu bertahan dimasa pandemic covid 19 adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar meliputi Listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Demikian halnya dengan industry ritel yang mampu bertahan , hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital.

Penutup

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Pandemi corona (covid-19) telah membuat banyak sektor terpuruk, termasuk sektor UMKM. Dampak covid-19 telah merusak rantai pasokan, penurunan kapasitas produksi, penutupan pabrik, hingga larangan bepergian. Industri yang terdampak di era pandemi 19 meliputi sektor manufaktur, transportasi, pariwisata. Industri yang mampu bertahan ditengah pandemic covid-19 adalah industtri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar meliputi Listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Demikian halnya dengan industri ritel yang mampu bertahan , hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital. Perlu strategi berbagai pihak untuk membangkitkan UMKM agar bisa survive ditengah pandemi covid-19 ini dan berusaha kembali stabil.

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia berdampak langsung terhadap perkembangan UMKM di Indonesia. Sebagian besar UMKM mengalami penurunan omset penjualan, tetapi ada juga sebagian UMKM yang stabil bahkan mengalami peningkatan omset penjualan. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk mempertahankan bisnisnya di masa pandemic Covid-19, yaitu (1) Melakukan penjualan melalui e-commerce. (2) Melakukan promosi produk dengan memanfaatkan internet dan media sosial. (3) Melakukan perbaikan kualitas produk dan pelayanan. (4) Customer Relationship Marketing (CRM) untuk menciptakan kepercayaan konsumen serta menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Daftar Pustaka

- Akuntansi, J., Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-, S., Laura Hardilawati, W., Muhammadiyah Riau, U., Ekonomi dan Bisnis Jl Tuanku Tambusai Ujung, F., & -Riau, P. (2020). The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic. In *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* (Vol. 10, Issue 1). <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>
- Susanti, A., Istiyanto, B., Jalari, M., & Surakarta, S. (2020). *Strategi UKM pada Masa Pandemi Covid-19*. <http://journal.neolectura.com/index.php/Kangmas>
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Adda, H. W., Chintya, P., Buntuang, D., & Sondeng, D. A. (n.d.). *STRATEGI MEMPERTAHANKAN UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN BUNGKU TENGAH KABUPATEN MOROWALI*. <http://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/ABDIDOS/issue/archive>
- Inovasi Penelitian, J., Sharfina Nabilah, O., Nursan, M., & Komang Suparyana, P. (2021). *DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM (STUDI KASUS UMKM ZEA FOOD DI KOTA MATARAM)*. 1(12), 2655.
- Anoraga, Pandji. (2010). *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro* (Yogyakarta: PT Dwi Candra Wacana, Ed.). https://www.google.co.id/books/edition/Potensi_Dan_Kontribusi_UMKM_Terhadap_Ke/CXB6EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Anoraga,+Panji,+2010,+Ekonomi+Islam+Kajian+Makro+dan+Mikro,+Dwi+Chandra+Wacana,+Yogyakarta&pg=PA51&printsec=frontcover
- Achmad Alfin. (2021). ANALISIS STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI KRISIS DI ERA PANDEMI COVID-19 . *Jurnal Inovasi Penelitian* , 1(Vol.1 No.8 Januari 2021), 1543–1552.