

ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KOTA PALEMBANG

Risya Adelia

risyadeliaa@gmail.com

Aulia Lidiany Putri

Shafira Nurhaliza

Lubna Fadhila

lubnafadhilaa19@gmail.com

Maya Panorama

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang dampak yang ditimbulkan oleh virus corona atau Covid-19 terhadap pelaku usaha UMKM yang ada di Kota Palembang. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengambilan data berupa wawancara, diskusi dengan pelaku usaha dan dari beberapa sumber artikel-artikel lainnya. Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) sangat berdampak dengan adanya virus Covid-19 yang mengakibatkan penurunan penjualan, penurunan produksi barang, dan dengan pemberlakuan pembatasan social membuat pelaku Usaha UMKM memiliki dampak terhadap permintaan atas barang yang mereka jual menjadi turun drastis. Strategi yang dapat dilakukan para pelaku usaha yaitu tetap berjualan, pengurangan barang yang di jual agar tidak rugi, dan tidak putus asa dalam menjalankan usaha nya.

Kata Kunci : Dampak Covid 19, UMKM, & Strategi

PENDAHULUAN

Seperti yang kita tahu, pandemi Covid- 19 yang terjadi pada tahun 2019, memberikan imbas serta tekanan besar untuk dunia. Paling utama terjadi tekanan besar pada zona ekonomi. Di Indonesia sendiri, segala sektor perekonomian diprediksikan bisa mengalami penurunan. Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar pada

keberlangsungan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Dalam buku Noer Soetjipto (2020: 6) Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% pelaku usaha mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap proses bisnisnya (Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah). Diantaranya mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Ada juga

pelaku usaha meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan satu bulan hingga tiga bulan ke depan.

Strategi pengembangan UMKM saat pandemi ini yaitu memperbaiki kualitas produk, perbaikan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi. Untuk bisa mempertahankan usahanya adalah dengan memperbaiki kualitas produk. Perbaikan kualitas ini dilakukan dengan mengutamakan konsumen, yaitu produk dan usaha lebih fokus pada konsumen. Lalu, perbaikan kualitas pelayanan. Selain memperhatikan konsumen, perlu juga untuk memperhatikan tim atau mitra. Lalu untuk memanfaatkan teknologi, penjualan secara online dan pemasaran secara online merupakan bentuk dari pemanfaatan sebuah teknologi. Melalui E-Commerce dapat tercipta pasar digital baru dengan kemudahan akses (Pratiwi Dkk, 2020 : 308)

Dilansir dalam Sirclo.com Perkembangan UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun, jumlah total unit UMKM maupun PDB-nya terus bertambah. Dari tahun 2010 ke 2017, jumlah PDB UMKM meningkat lebih dari 2 kali lipat. Jumlah total unit UMKM saat ini mencapai sekitar 62,9

juta unit yang tersebar di berbagai sektor. Sekitar 99,9% usaha di Indonesia merupakan UMKM. Selain dari PDB dan unit usaha, nilai investasi UMKM dari tahun 1999 ke tahun 2013 juga meningkat pesat, tepatnya sebesar 963%. Per 2018, UMKM menyumbang 58,18% dari total investasi. Angka-angka ini telah menunjukkan pesatnya pertumbuhan UMKM.

Di Indonesia posisi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sudah telah lama diakui sebagai sektor usaha yang sangat penting, karena berbagai peranannya yang Riel dalam perekonomian Indonesia dan telah terbukti mampu memberikan kontribusi yang sangat besar khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Niode, 2009:1). Dikutip dari Bkpm.go.id UMKM memiliki kontribusi besar terhadap PDB yaitu 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp8.500 Triliun pada tahun 2020. UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar yaitu 97% dari daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Disamping itu keberadaan dari UMKM ini sendiri merupakan salah satu upaya alternative untuk menanggulangi kemiskinan yang sudah sangat besar terjadi di Indonesia dan

mengurangi angka pengangguran, dimana melalui pemberdayaan UMKM yang telah terbukti memiliki daya tahan yang relative kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang pernah dialami bangsa Indonesia.

Sektor UMKM yang terdampak covid-19 yaitu sektor penyedia akomodasi, pariwisata, makan dan minuman, perdagangan besar dan eceran, serta reparasi sepeda motor dan transportasi dan perdagangan. Tetapi yang paling sangat terdampak covid-19 yakni sektor makanan dan minuman dan UKM (usaha kecil menengah) beberapa dampak yang timbul di sektor ini yaitu penurunan permintaan dan turunya penjualan, penurunan kegiatan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, kesulitan untuk permodalan usaha. Adanya pandemi ini menyebabkan turunya kinerja dari sisi permintaan (konsumsi dan daya beli masyarakat) dan akhirnya berdampak pada sisi suplai yakni pemutusan hubungan kerja. Dalam situasi pandemi ini, menurut Kemenkop UKM terdapat sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat seirus. Dikarenakan Indonesia melakukan kebijakan

Pembatasan Sosial Berskala Besar (Utami, 2020 : 3-4)

Kebanyakan masalah yang dihadapi dalam UMKM adalah masalah permodalan. Sehingga, diperlukan cara lain supaya sektor UMKM lebih berkembang lagi, baik melalui aspek pemasaran maupun distribusi. Dari segi pemasaran, dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang sedang berkembang pesat saat ini. Dengan penggunaan internet di Indonesia yang cukup pesat dari tahun ke tahun, penjualan produk secara online adalah salah satu cara yang baik untuk memasarkan produk UMKM. Akan tetapi pada masa pandemi COVID-19 ini strategi pemasaran produk harus dilakukan secara online juga seperti halnya mendaftarkan UMKM ke situs Gofood maupun Grabfood. Pandemi COVID-19 memunculkan beberapa masalah bagi pelaku UMKM, di sisi lain ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar. (Suryani, 2021 : 1594)

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan, maka ada beberapa rumusan masalah penelitian yang diajukan sebagai acuan penggalan data dan analisis yaitu :
Bagaimana dampak pandemi covid 19 terhadap UMKM di Kota Palembang ?
Apa strategi yang dilakukan para pelaku UMKM di Kota Palembang untuk bertahan melewati masa pandemi covid 19 ?
Sektor mana saja di Kota Palembang yang merasakan dampak pandemi covid 19 ini ?

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Alex Sarmigi (2020) UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM

berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dalam buku Sri Handini, Sukesi & Hartati Kanty (2019:21), definisi UMKM yaitu:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau

usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil.

B. Karakteristik dan Ciri – Ciri UMKM

Menurut Rahmana (2008), dalam Muhammad Alif dan Siti Nisa (2020 :2-3) berdasarkan perkembangannya, UMKM di Indonesia dapat dibedakan dalam 4 kriteria, diantaranya :

- a. *Livelihood Activities*, yaitu UMKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Misalnya adalah pedagang kaki lima.
- b. *Micro Enterprise*, yaitu UMKM yang punya sifat oengrajin namun belumpunya sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu UMKM yang telah memiliki jiwa entrepreneurship dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, yaitu UMKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi usaha besar.

Adapun Ciri-ciri UMKM menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dalam jurnal Nur Wanita (2015:255) adalah sebagai berikut:

1. Ciri-ciri usaha mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti,
 - b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat,
 - c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha,
 - d. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai,
 - e. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah,
 - f. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank,

- e. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.

C. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Menurut Elex Samargi (2020:8-9)

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah :

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industry kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.

- d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industry besar atau industry yang lainnya.
- e. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan berjalannya UMKM terdiri dari 2 faktor:

- a. Internal
 - 1) Sumber daya manusia yang masih terbatas
 - 2) Pemasaran produk kurang optimal karena biasanya lebih terfokus pada aspek produksi
 - 3) Konsumen cenderung kurang percaya terhadap produk usaha kecil

- 4) Kendala dan modal, biasanya usaha kecil hanya mengandalkan modal sendiri dan relatif kecil
- b. Eksternal
Faktor eksternal adalah masalah yang selain dalam perusahaan, misal kurangnya pengawasan dan program yang bertumpuk sehingga solusi tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis dampak pandemi covid 19 terhadap UMKM di kota Palembang. Penelitian kualitatif menurut Denzin & Lincoln dalam buku Albi Anggito dan Johan Setiawan (2018:7) adalah penelitian yang menafsirkan fenomena yang terjadi atau dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Untuk metode pengumpulan data peneliti menggunakan data primer dan

data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara yang peneliti lakukan dengan 16 orang pelaku UMKM di Kota Palembang diambil secara acak menggunakan teknik random sampling. Sedangkan data sekunder peneliti peroleh dari hasil observasi, jurnal-jurnal, website dan buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Palembang Merupakan ibu kota dari provinsi Sumatera Selatan dimana menjadi salah satu tempat mata pencaharian favorit bagi masyarakat. Selain itu kota Palembang memiliki objek wisata yang dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Namun dengan adanya Pandemi Covid 19 mengubah seluruh aktivitas ekonomi dimana tempat wisata ditutup dan penutupan tempat usaha UMKM. Maka dari itu untuk mengetahui dampak dari pandemi covid 19 terhadap UMKM, Peneliti melakukan wawancara pada 16 pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Data yang diperoleh dari hasil wawancara sebagai berikut:

Tabel : Informasi pendapatan sebelum dan sesudah pandemi covid 19 UMKM di Kota Palembang

| NO | Nama | UMKM | Pendapatan per hari | |
|----|----------------|-------------------------------|---------------------|---------------------|
| | | | Sebelum | Sesudah |
| 1 | Ari | Warung Sembako Monalisa | 1 juta - 1,5 juta | 800 ribu - 1 juta |
| 2 | Imam Kurniawan | Siomay Batagor Inaya | 500 ribu - 700 ribu | 400 ribu |
| 3 | Aini | Sayuran | 500 ribu – 700 ribu | 400 ribu – 500 ribu |
| 4 | Desma | D&D Juice | 400 ribu – 600 ribu | 300 ribu |
| 5 | Samsudin | Model & Tekwan | 500 ribu – 800 ribu | 500 ribu |
| 6 | Putra | Putra Fotocopy | 1 juta- 2 juta | 800 ribu – 1,5 juta |
| 7 | Ranti | Ranti Cell | 700 ribu - 1 juta | 500 ribu |
| 8 | Ros | Warung Makan Cek ros | 800 ribu – 1,5 juta | 500 ribu |
| 9 | Lina | Buah buahan | 2 jt – 3 jt | 2jt |
| 10 | Eka | Warung Sembako | 850 ribu | 600 ribu |
| 11 | Masju | Toko Sembako Masju | 1,5 juta – 5 juta | 1,5juta - 3 juta |
| 12 | Darman | Warung Sembako | 1 juta – 1,5 juta | 500 ribu – 800 |
| 13 | Ardianto | Toko Pakaian Ardianto | 1 juta | 700 ribu |
| 14 | Mery | Kerupuk & Kelempang 5 Saudara | 2 juta – 3 juta | 1 juta – 1,5juta |
| 15 | Mila | Warung Sembako | 1 juta – 2 juta | 900 ribu – 1,2 juta |
| 16 | Alda | Alda Fashion Store | 500- 800 ribu | 3 juta |

Berdasarkan hasil wawancara, secara keseluruhan para pelaku UMKM mengalami penurunan omset penjualan namun ada juga UMKM yang mengalami peningkatan omset penjualan dan cenderung lebih meningkat dari sebelum pandemi COVID 19 seperti usaha Alda Fashion

Store yang mengalami Peningkatan dari omset 500 ribu sampai 800ribu menjadi 3 jt. Narasumber mengatakan bahwa di masa pandemi ini usaha fashion nya melakukan inovasi baru yaitu berjualan online di beberapa market place seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp (Alda, wawancara, 25 November 2021).

Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap UMKM di Kota Palembang

Pandemi covid 19 menjadi suatu ancaman bagi para pelaku UMKM di Kota Palembang. Dari hasil wawancara Semua narasumber berpendapat yang sama bahwa pandemi ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan. Adanya pandemi covid 19 ini menjadi suatu kendala bagi UMKM di Kota Palembang dalam menjalankan usahanya. Kendala yang dialami oleh UMKM di Kota Palembang sebagai berikut :

a. Penurunan Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara sebagian UMKM mengalami penurunan omset penjualan selama masa pandemi covid 19 yang disebabkan menurunnya tingkat konsumsi masyarakat. Ada juga sebagian pelaku usaha UMKM yang penjualannya stabil karena tempat usahanya berdekatan dengan Rumah Sakit sehingga banyak pengunjung pasien rumah sakit akan mencari buah tangan untuk diberikan kepada pasien (Ari, wawancara, 24 November 2021).

Adanya bantuan dari pemerintah seperti Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM) juga cukup membantu para pelaku UMKM. BPUM adalah bantuan untuk para UMKM yang cair dalam nominal 1,2 juta. Banpres UMKM ini di targetkan untuk pelaku usaha warung-warung kecil di Indonesia. Banpres Produktif ini bertujuan untuk membantu dan menjaga keberlangsungan usaha pelaku UMKM menghadapi dampak pandemi covid 19. Bantuan tersebut digunakan para UMKM untuk penambahan modal dan melunasi hutang usaha mereka (Lina, wawancara, 25 november 2021). Namun ada juga pelaku UMKM yang tidak mendapat bantuan Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM) Sehingga mengalami kesulitan permodalan dan hampir menutup usahanya (Aini, wawancara, 24 november 2021). Bahkan ada salah satu narasumber ibu Desma yang sudah mengajukan bantuan BPUM tersebut dan sudah memenuhi persyaratan tapi tidak mendapatkan bantuan .

b. Penurunan produksi barang

Berdasarkan hasil wawancara sebagian UMKM mengurangi produksi barang yang dijual untuk meminimalisir kerugian (Ros, wawancara, 24 november 2021). Dengan pengurangan produksi barang mengakibatkan penurunan pendapatan bagi pelaku UMKM di Kota Palembang. Penurunan penjualan juga mengakibatkan barang produksi tidak bertahan lama atau kadaluwarsa contohnya olahan makanan sehingga membuat pelaku UMKM mengalami kerugian. Jadi untuk mengurangi kerugian para pelaku usaha UMKM memproduksi dan memasok barang lebih sedikit dari sebelum adanya covid 19. Naik nya harga barang namun tidak diimbangi dengan permintaan akan barang tersebut juga menyebabkan pelaku usaha mengurangi biaya produksi.

c. Pemberlakuan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)

Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)

merupakan salah satu kebijakan dimasa pandemi covid 19 dimana sekolah dan tempat diliburkan , pembatasan aktivitas masyarakat, serta pembatasan aktivitas ekonomi masyarakat. Pembatasan aktivitas masyarakat ini adalah penutupan toko -toko , tempat makan dan pasar. Hal ini membuat pelaku UMKM terpaksa menutup tempat usaha.

Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan physical distancing dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Kegiatan interaksi fisik antara sesama manusia menjadi berkurang dan membuat masyarakat mengurangi aktivitas ekonomi secara drastis (Janati, Rusdi & Melis, 2021:77)

Kebijakan pembatasan sosial berskala besar memiliki dampak terhadap permintaan atas barang yang mereka jual menurun drastis. Ada juga yang menutup usahanya karena kebijakan dari pemerintah

ini. Ada beberapa narasumber wawancara seperti pak Ari, Masju dan Darman yang mengeluh karena terhambatnya distribusi barang saat penerapan PSBB ini, hal ini membuat pengiriman atau penerimaan barang kepada konsumen menjadi terlambat. Apalagi terkhusus untuk pelaku UMKM usaha toko kelontong yang menjual barang konsumsi dasar seperti sembako, gula, beras dan keperluan logistik lainnya sangat merasakan terhambatnya pengiriman barang dari luar daerah sehingga para UMKM harus membeli barang di dalam daerah yang harganya jauh lebih mahal.

Pemberlakuan PSBB juga membuat omset penjualan menurun karena masyarakat tidak diperbolehkan keluar rumah sehingga daya beli masyarakat berkurang. Namun dengan adanya kebijakan ini menimbulkan inovasi baru seperti adanya sistem delivery atau pesan antar terkhusus para UMKM yang memiliki restaurant dan warung makan. Para pelaku UMKM memanfaatkan aplikasi go food

dan grabfood dalam mempromosikan produk serta memudahkan konsumen memesan dan melakukan transaksi pembayaran. Dengan adanya delivery atau pesan antar ini memudahkan konsumen dalam memesan makanan hal ini juga dapat membantu pendapatan pelaku UMKM.

Strategi yang dilakukan UMKM di Kota Palembang dalam mempertahankan usahanya

Strategi yang dapat dilakukan UMKM dalam meningkatkan perekonomian akibat pandemi Covid-19 pada saat new normal. Para UMKM merasa terpukul akibat kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Keluhan yang banyak dirasakan bagi para pelaku UMKM pada umumnya adalah penjualan yang menurun, susah untuk memperoleh bahan baku, serta distribusi yang terhambat. Terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan oleh UMKM menghadapi kebijakan pemerintah mengenai new normal. Pemerintah sudah menyiapkan berbagai bantuan stimulus agar usaha UMKM dapat terus bertahan di masa pandemi ini. Selain itu, pemerintah juga menekankan

penyaluran bantuan stimulus pemerintah harus menjangkau semua pelaku usaha kecil mikro menengah (UMKM) seperti pedagang kaki lima (PKL).

Dari penjelasan di atas, strategi yang dilakukan UMKM adalah sebagai berikut :

1. Menjual Produk yang laku Di Pasaran

Pandemi COVID-19 membuat sebagian produk tertentu diburu oleh masyarakat, seperti hand sanitizer, masker, sabun cuci tangan, vitamin C, minuman herbal dan produk penunjang lainnya.

2. Penjualan Online

Salah satu cara yang dilakukan dengan membuka pemesanan barang melalui WhatsApp atau telepon. Dengan cara demikian pelanggan tidak lagi perlu datang, cukup mengirim pesan saja maka barang yang diinginkan akan diantarkan ke tujuan.

3. Bergabung atau Bermitra dengan Aplikasi Online

Para UMKM juga dapat menjual produk nya di beberapa e-commerce yang saat ini mulai berkembang pesat bukalapak,

tokopedia, blibli, dan lain-lain. Bisa juga dengan menggunakan facebook untuk melakukan pemasaran (Mery, wawancara, 25 november 2021)

4. Lakukan promosi dan berikan diskon

Promosi yang dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat pembeli agar tetap berbelanja di warung pelaku UMKM. Seperti narasumber pak masjus yang memiliki toko sembako melakukan promosi manual misalnya jika ada orang yang berbelanja di toko, untuk menarik daya beli pelanggan pak masjus memberikan diskon pada barang barang tertentu.

5. Pengendalian keuangan yang baik

Pada saat ini pengendalian keuangan sangat diperlukan agar toko atau warung kelontong tetap bertahan dan tidak tutup.

6. Mengurangi produksi barang dan Perbaikan kualita produk

Salah satu cara meminimalisir kerugian adalah mengurangi produksi barang. Hal ini dapat dilakukan dengan memproduksi atau memasok barang yang sesuai dengan daya beli konsumen (Ari,

wawancara, 24 november 2021). Para umkm harus menghemat pengeluaran karena banyak aktivitas ekonomi yang terhambat. Sehingga dalam pengeluaran modal harus dirancang agar modal yang dikeluarkan tidak sia-sia.

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 (Nabila, Nursan & Suparyana, 2021 : 2658)

7. Memanfaatkan bantuan bantuan stimulus yang diberikan pemerintah.

Pemerintah telah menyalurkan bantuan Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM) untuk membantu para UMKM. Bantuan ini diberikan sebesar 1,2 juta. Dengan bantuan ini para UMKM dapat menggunakannya untuk tambahan modal, membayar utang

usaha dan keperluan yang menunjang usahanya.

Hal-hal diatas harus sejalan dengan semangat pantang menyerah serta tidak putus asa para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Para UMKM harus berhenti berpikir bahwa usaha yang dijalankan akan mengalami bangkrut karena adanya penurunan pendapatan. UMKM harus tetap mencari inovasi baru serta mencari calon pelanggan dengan berbagai cara yang dapat menarik hati pelanggan untuk tetap membeli produk yang akan dijual.

Sektor UMKM yang terdampak pandemi covid 19

Sektor Pariwisata menjadi sektor yang paling terdampak pandemi covid 19, yang ditunjukkan dengan penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan. Karena dengan dilarangnya turis mancanegara dan turis domestik membuat tempat tempat wisata sepi. Pembatasan sosial berskala besar dan ditutupnya akses keluar-masuk Indonesia, menyebabkan penurunan pendapatan negara di sektor pariwisata. Penurunan wisatawan mancanegara berdampak langsung pada hotel-hotel di Indonesia. pembatasan sosial berskala besar dan ditutupnya akses keluar-

masuk Indonesia, menyebabkan penurunan pendapatan negara di sektor pariwisata.

Penurunan wisatawan mancanegara berdampak langsung pada hotel-hotel di Indonesia. Dampak pandemi COVID-19 pada sektor pariwisata Indonesia juga terlihat dari pengurangan jam kerja. Di sisi lain, pandemi COVID-19 juga berdampak langsung pada berbagai lapangan pekerjaan di sektor pariwisata masyarakat di sekitar tempat wisata juga merasakan dampak dari pandemi covid 19. Banyak masyarakat yang notabennya menggantungkan hidup pada sektor pariwisata seperti usaha kecil makanan dan minuman, usaha souvenir dan kerajinan kayu dan rotan serta usaha Mikro seperti tempat penginapan dan restaurant.

KESIMPULAN

Pandemi covid 19 memiliki dampak yang besar bagi keberlangsungan sektor UMKM. Kendala- kendala para UMKM adalah UMKM mengalami penurunan omset penjualan selama masa pandemi covid 19 yang disebabkan menurunnya tingkat konsumsi masyarakat. Namun para UMKM cukup terbantu dengan

adanya bantuan stimulus dari pemerintah. Sebagian UMKM mengurangi produksi barang yang dijual untuk meminimalisir kerugian. Dengan pengurangan produksi barang mengakibatkan penurunan pendapatan bagi pelaku UMKM di Kota Palembang. Kebijakan pembatasan sosial berskala besar pada masa pandemi covid 19 juga memiliki dampak terhadap permintaan atas barang yang mereka jual menurun drastis. Ada juga yang menutup usahanya karena kebijakan dari pemerintah ini. Ada beberapa pelaku usaha UMKM yang mengeluh karena terhambatnya distribusi barang saat penerapan PSBB ini, hal ini membuat pengiriman atau penerimaan barang kepada konsumen menjadi terlambat.

Berbagai strategi dapat dilakukan untuk memepertahankan usaha para UMKM. strategi yang dilakukan UMKM adalah sebagai berikut :

1. Menjual Produk yang Laku Di Pasaran

Pandemi COVID-19 membuat sebagian produk tertentu diburu oleh masyarakat, seperti hand sanitizer, masker, sabun cuci tangan, vitamin C, minuman

- herbal dan produk penunjang lainnya.
2. **Penjualan Online**
Salah satu cara yang dilakukan dengan membuka pemesanan barang melalui WhatsApp atau telepon. Dengan cara demikian pelanggan tidak lagi perlu datang, cukup mengirim pesan saja maka barang yang diinginkan akan diantarkan ke tujuan.
 3. **Bergabung atau Bermitra dengan Aplikasi Online**
kelontong juga dapat di jual di beberapa e-commerce yang saat ini mulai berkembang pesat bukalapak, tokopedia, blibli, dan lain-lain. Dengan bermitra bersama aplikasi online seperti Grab Kios bisa menawarkan lebih banyak pilihan produk dan layanan untuk pelanggan warung.
 4. **Lakukan promosi dan berikan diskon**
Promosi yang dilakukan dengan tujuan untuk menarik minat pembeli agar tetap berbelanja di warung pelaku UMKM.
 5. **Pengendalian keuangan yang baik**
Pada saat ini pengendalian keuangan sangat diperlukan agar toko atau warung kelontong tetap bertahan dan tidak tutup.
 6. **Mengurangi produksi barang**
Salah satu cara meminimalisir kerugian adalah mengurangi produksi barang. Hal ini dapat dilakukan dengan memproduksi atau memasok barang yang sesuai dengan daya beli konsumen. Para umkm harus menghemat pengeluaran karena banyak aktivitas ekonomi yang terhambat. Sehingga dalam pengeluaran modal harus dirancang agar modal yang dikeluarkan tidak sia-sia.
 7. **Memanfaatkan bantuan bantuan stimulus yang diberikan pemerintah.**
Pemerintah telah menyalurkan bantuan Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM) untuk membantu para UMKM. Bantuan ini diberikan sebesar 1,2 juta. Dengan bantuan ini para UMKM dapat menggunakannya untuk tambahan modal, membayar utang usaha dan keperluan yang menunjang usahanya.

Berdasarkan hasil observasi Sektor Pariwisata menjadi sektor yang paling terdampak pandemi covid 19, yang ditunjukkan dengan penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan. Karena dengan dilarangnya turis mancanegara dan turis domestik membuat tempat tempat wisata sepi.

DAFTAR PUSTAKA

- Soetjipto, Noer. 2020. *Ketahanan UMKM di Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid 19*. Yogyakarta : K – Media.
- Sirclo.com. (2021,4 Maret). *Melihat Peran UMKM di Indonesia, Bagaimana Perkembangannya?*. Diakses pada 16 November dari <https://www.sirclo.com/melihat-peran-umkm-di-indonesia-bagaimana-perkembangannya/>
- Niode, I. Y. 2009. *SEKTOR UMKM DI INDONESIA: Profit, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis OIKOS-NOMOS. 2(1), 1-10
- Bkpm.com. *upaya pemerintah untuk memajukan UMKM* .Diakses pada 15 November 2021 dari <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm>
- Utami, B. S. A.2021. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 3(1),1-7
- Pratiwi, M. A Dkk. (2020). *Kondisi dan Strategi UMKM di saat Pandemi Covid 19 di Kota Tanjung Pinang*, 308
- Suryani, E. 2021. *Analisis Dampak Covid 19 Terhadap UMKM (Studi Kasus : Home Industri Klepon di Kota Baru Driyorejo)*. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(8), 1591-1596
- Handini, Sri dkk. 2019.*Manajemen UMKM dan Koperasi*.Surabaya : Unitomo Press.
- Anggito, A & Setiawan, J. 2018. *Metodologi Penelitian*, Jawa Barat : CV Jejak.
- Sarmigi, E. (2020). *Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Kerinci*. Al Dzahab

- Islamic Economy Journal, 1(1), 1-17.
- Alif, M & Nisa, S. “*Pengembangan Ekonomi Syariah Melalui Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Desa Tanjung Anom Kecamatan Mauk*”.
- Wanita , N. (2015). *Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasar Manonda Palu*. Istiqra : Jurnal Hasil Penelitian 3(3), 250-279
- Jannati, N. S., Rusdi, M., & Melis, M. (2021). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus Industri Rumahan Kemplang Di Wilayah Jakabaring Palembang)*. A Research Journal On Islamic Economics, 7(1), 74-81
- Nabilah, S., Nursan, M., & Suparyana, P. K. (2021). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM Zea Food Di Kota Mataram)*. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(12), 2655-2660