

Masyarakat Madani

▪ Jurnal Kajian Islam dan Pengembangan Masyarakat

P-ISSN: 2338-607X | E-ISSN: 2656-7741

Dampak dan Strategi Pelaku UMKM Kuliner di Ciputat, Tangerang Selatan Untuk Menjaga Kestabilan Ekonomi Selama Masa Pandemi Covid-19

Muhammad Naufal Aldriansyah

Wati Nilamsari

Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: naufalaldrian@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak apa saja yang dialami oleh para pelaku UMKM akibat dari pandemi covid-19, dan tujuan lainnya adalah agar mengetahui dan menjabarkan apa aja strategi yang harus dilakukan oleh para pelaku UMKM guna menjaga kestabilan ekonomi terhadap pemasukan hasil dari berjualannya. Media sosial adalah platform yang harus dikembangkan oleh para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis dimasa pandemi seperti sekarang ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dan menggunakan data primer yang berasal dari observasi dan wawancara singkat, dan data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah. Hasil penelitian ini terbukti dengan banyaknya para pelaku UMKM disekitar Ciputat yang memilih tidak berjualan lagi disekitar UIN Jakarta, karena mahasiswa yang sedang menerapkan pembelajaran secara online.

Kata kunci: *UMKM, Covid-19, Dampak, Strategi, Pandemi*

Abstract

This study aims to find out what impacts are experienced by MSME actors as a result of the covid-19 pandemic, and another goal is to find out and describe what strategies must be carried out by MSME actors in order to maintain economic stability against income from selling them. Social media is a platform that must be developed by MSME actors in running a business during a pandemic like today. This study uses qualitative research methods, and uses primary data from observations and short interviews, and secondary data from scientific journals. The results of this study are proven by the number of MSME actors around Ciputat who choose not to sell anymore around UIN Jakarta, because students are implementing online learning.

Keywords: *MSME, Covid-19, Impact, Strategy, Pandemic*

Pendahuluan

Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Kasus virus corona muncul dan menyerang manusia pertama kali di provinsi Wuhan, China. Awal kemunculannya diduga merupakan penyakit pneumonia, dengan gejala serupa sakit flu pada umumnya. Gejala tersebut di antaranya batuk, demam, letih, sesak napas, dan tidak nafsu makan. Namun berbeda dengan influenza, virus corona dapat berkembang dengan cepat hingga mengakibatkan infeksi lebih parah dan gagal organ. Kondisi darurat ini terutama terjadi pada pasien dengan masalah kesehatan sebelumnya. Karena penularan virus corona yang sangat cepat inilah Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan virus corona sebagai pandemi pada 11 Maret 2020. Status pandemi atau epidemi global menandakan bahwa penyebaran COVID-19 berlangsung sangat cepat hingga hampir tak ada negara di dunia yang dapat memastikan diri terhindar dari virus corona.¹ Sudah satu tahun lebih virus corona ini menghebohkan seluruh dunia. Selama satu tahun ini negara-negara di dunia juga sudah merumuskan berbagai kebijakan mulai dari karantina wilayah, *social distancing*, *physical distancing*, dll. Virus yang mudah menular ini menyebabkan interaksi antar manusia harus dibatasi. Mulai dari para pelajar yang melakukan kegiatan belajar mengajar secara daring sampai para pekerja yang melakukan pekerjaannya dari rumah (*work from home*). Selain itu, keharusan akan mobilisasi masyarakat yang rendah juga berdampak pada berbagai aspek. mulai dari sosial, budaya, ekonomi, dll. Pada sektor ekonomi, para pelaku UMKM kuliner menjadi salah satu yang terkena dampak pandemi Covid-19.

Salah satu dampak pandemi COVID-19 yang telah menghantam 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

¹ Nailul Mona, "Konsep Isolasi Dalam Jaringan Sosial Untuk Meminimalisasi Efek Contagious (Kasus Penyebaran Virus Corona di Indonesia)" dalam *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, Vol. 2, No. 2, 2020.

yang terganggu selama pandemi Covid-19, selain makanan dan minuman, adalah industri kreatif dan pertanian.²

Masyarakat yang kini lebih memilih untuk memasak sendiri di rumah karena mempertimbangkan kebersihan makanan menyebabkan kemerosotan pendapatan UMKM kuliner seperti warteg, warung nasi padang, dll. Rendahnya penjualan pada suatu rumah makan dikarenakan masyarakat yang lebih memilih memasak makanan sendiri sangat berdampak bagi pemilik UMKM kuliner guna keberlangsungan hidup selama pandemi. Ketidaktegasan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19 menyebabkan pemerintah terlihat dilematis dalam menentukan prioritasnya.

Oleh karena itu diperlukan model kewirausahaan yang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Hal inilah yang kemudian melahirkan model kewirausahaan digital. Model bisnis ini berasal dari kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan fenomena karakteristik baru dalam hal bisnis (Giones, & Brem, 2017). Dalam hal ini peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap unit bisnis baru yang dibuat. Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang dan meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat serta berkelanjutan. Meski begitu ada empat dimensi yang terkait dengan kewirausahaan digital yaitu aktor digital (siapa), aktivitas digital (apa), motivasi digital (mengapa) dan organisasi digital (bagaimana) (Elia, et al, 2020).³

Topik ini penting untuk digali dan dijadikan sebagai objek penelitian, karena topik ini sangat relevan dengan apa yang dialami oleh semua orang terutama para pelaku UMKM kuliner. Saat ini masyarakat dituntut atau diharuskan untuk menjaga kestabilan ekonomi di tengah situasi pandemi, maka dari itu banyak para pelaku UMKM yang memutar otak bagaimana cara mereka agar bertahan hidup dengan bergantung pada apa yang mereka jual di tengah situasi pandemi karena itu peneliti memilih subjek penelitian adalah 2 UMKM kuliner yang bertempat di Ciputat, Tangerang Selatan dan 2 orang masyarakat sekitar.

² Abdurrahman Firdaus Thaha, "Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia" dalam *Jurnal Brand*, Vol. 2, No. 1, 2020, hal. 149

³ Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19" dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2, 2020, hal. 234

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pendekatan kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁴

Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistic, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian di interpretasikan. Biasanya berhubungan dengan masalah sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimethod, naturalistik dan interpretatif (dalam pengumpulan data, paradigma, dan interpretasi). Penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks, dan rinci. Penelitian yang menggunakan pendekatan induksi yang mempunyai tujuan penyusunan konstruksi teori atau hipotesis melalui pengukapan pengukapan fakta merupakan penelitian yang menggunakan paradigma kualitatif.⁵

Peneliti mengumpulkan data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan cara Observasi dan wawancara. Metode penelitian observasi dilakukan dengan cara mengamati subjek secara detil dan rinci, mulai dari aktivitas yang dilakukan oleh subjek dalam melakukan penjualan atau berdagang. Hal yang diamati diantaranya adalah jenis produk atau makanan, cara produksi, strategi promosi, jumlah konsumen, respon konsumen, dan tingkat penjualan. Wawancara. Metode penelitian wawancara dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada subjek yang berkaitan dengan topik penelitian diantaranya: dampak pandemi yang dialami pelaku UMKM, cara produksi, jenis produk, strategi promosi, jumlah konsumen, respon konsumen, dan tingkat penjualan. Peneliti juga akan melakukan wawancara kepada subjek masyarakat sekitar guna memberikan pertanyaan apakah subjek lebih sering membeli makanan di UMKM kuliner atau restoran di Mall atau memasak sendiri beserta alasannya. Sedangkan data

⁴ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Kab Sukabumi: CV Jejak, 2018) hal. 8

⁵ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Kab Sukabumi: CV Jejak, 2018) hal. 9

sekunder didapatkan melalui Jurnal dan Artikel. Dalam menunjang dan menambah informasi, peneliti akan menggunakan jurnal dan artikel sebagai sumber acuan dan kajian dalam penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Saat ini dunia sedang mengalami pandemi covid-19 yang mana pandemi ini sudah berlangsung dari tahun 2019 akhir hingga sekarang. Pandemi covid-19 banyak merubah kebiasaan-kebiasaan masyarakat seperti, masyarakat wajib menggunakan masker apabila ingin keluar rumah, masyarakat harus menjaga jarak, mengurangi keluar rumah kecuali untuk urusan yang penting, pemberlakuan jam malam diberbagai wilayah, dll. Dampak dari pandemi ini terjadi dari berbagai sektor diantaranya dalam hal kesehatan banyak rumah sakit yang penuh akibat terus bertambahnya pasien yang terkonfirmasi positif covid-19, dalam hal pendidikan yang menyebabkan pembelajaran dilakukan secara daring seperti melalui whatsapp, zoom, google meet, dll yang mana cara ini sangat tidak efektif bagi para pelajar maupun para pengajar terutama dalam masalah sinyal, dalam hal ekonomi terdapat dampak yang sangat signifikan karena semua masyarakat Indonesia mengalami masalah ekonomi semenjak ada pandemi, salah satu dan bisa jadi yang sangat terdampak adalah para pelaku UMKM yang mana mereka harus tetap berjualan disaat pandemi dan masyarakat yang jarang keluar rumah, guna mendapat penghasilan untuk keberlangsungan hidupnya.

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.⁶

Menjadi perhatian penting bagi pemerintah guna membantu memulihkan dan membangkitkan UMKM di Indonesia dengan berbagai bantuan maupun kebijakan pemerintah yang dapat mendukung bisnis UMKM yang terdampak. Terdapat 3 strategi kebijakan pemerintah yakni strategi jangka pendek, menengah dan panjang, antara lain

⁶ Abdurrahman Firdaus Thaha, "Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia" dalam *Jurnal Brand*, Vol. 2, No. 1, 2020, hal. 149

jangka pendek atau mendesak adalah pemerintah harus berfokus pada pengurangan jumlah korban jiwa COVID-19 dengan penekanan pada stimulus sektor kesehatan dan bantuan kesejahteraan bagi masyarakat yang terdampak, untuk kebijakan jangka menengah diantaranya adalah memastikan dunia usaha untuk langsung beroperasi, menjaga kesinambungan sektor logistik dan mendorong kemandirian industri alat kesehatan menjadi kunci, dan strategi jangka panjang difokuskan pada pengenalan dan penggunaan teknologi digital bagi UMKM sekaligus persiapan untuk memasuki era Industri 4.0.

Dalam penelitian ini menggunakan studi kasus UMKM yang berada di Kawasan Ciputat, Tangerang Selatan. Terdapat beberapa dampak signifikan yang terjadi akibat pandemi covid-19 seperti sebelum pandemi banyak para pedagang yang berjualan di beberapa titik di Ciputat tetapi semenjak pandemi para pedagang tidak berjualan lagi. Sebelum pandemi banyak pedagang yang berjualan di samping UIN Jakarta kampus 1 yaitu jalan pesanggrahan, kampus 2 yang berada di jalan kerta mukti, dan samping Masjid Fathullah tetapi semenjak awal pandemi hingga sekarang sudah sangat sepi dikarenakan sasaran atau target konsumen mereka adalah para mahasiswa UIN Jakarta, tetapi saat ini mahasiswa UIN Jakarta menerapkan pembelajaran online atau belajar dari rumah.

Terdapat salah satu UMKM rumah makan yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Warung Makan Mpok Niken. Letak warung makan Mpok Niken terbilang sangat strategis yaitu dekat dengan kampus UIN Jakarta, dekat IIQ, sekretariat IMM, dan kos-kosan mahasiswa karena letak yang sangat strategis tersebut banyak mahasiswa yang makan siang di warung makan Mpok Niken. Dengan harga yang ramah dikantong mahasiswa sekitar 10.000-15.000 ribu rupiah saja menambah warung makan Mpok Niken menjadi warung makan favorit. Sebelum pandemi, warung makan Mpok Niken sangat ramai pembeli mulai dari pagi hingga sore pun warung makan Mpok Niken tidak pernah sepi pembeli. Pembeli warung makan Mpok Niken dari berbagai usia ataupun kalangan, tetapi konsumen utama Mpok Niken adalah mahasiswa UIN Jakarta.

Semenjak pandemi covid-19 warung makan Mpok Niken sangatlah sepi, dikarenakan mahasiswa melakukan kegiatan pembelajaran online yang mana banyak mahasiswa yang merantau kembali ke kampung halaman. Mpok Niken menuturkan bahwa dampak dari pandemi covid-19 mengakibatkan pendapatan dari warung makan ini cukup menurun drastis. Sasaran atau target konsumen Mpok Niken semenjak pandemi

adalah masyarakat sekitar, ojek online yang ingin makan siang, dan beberapa mahasiswa yang rumahnya disekitar Ciputat. Mpok Niken tidak menggunakan sosial media untuk melakukan promosi terhadap warung makannya. Mpok Niken berharap pandemi ini bisa cepat segera berakhir atau mahasiswa UIN Jakarta dapat masuk kembali seperti biasa walaupun harus menerapkan protokol kesehatan agar pemasukan mata pencahariannya dapat kembali lagi.

Perlu adanya strategi untuk menstabilkan ekonomi para pelaku UMKM salah satunya adalah strategi marketing melalui digital. Oleh karena itu dalam upaya pengembangan UMKM digital, salah satu alternatif yang dilakukan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) adalah mengajak para inovator muda untuk mendukung program digitalisasi UMKM melalui program Pahlawan Digital UMKM. Program ini bertujuan agar selama masa pandemi Covid-19 ini, para pelaku UMKM tetap dapat bertahan dengan peningkatan penjualan dengan dukungan ekosistem digital. Sebab, hingga saat ini hanya sekitar 10-11 juta UMKM yang terhubung dengan ekosistem digital.

Lebih lanjut, Kemenkop UKM memiliki strategi pengembangan digitalisasi UMKM melalui empat langkah yaitu; Pertama, peningkatan sumber daya manusia dengan mempersiapkan pelaku usaha UMKM agar kapasitasnya bisa meningkat. Dikarenakan kualitas sumber daya manusia menjadi hal utama bagi pengembangan UMKM di era digitalisasi. Sebab banyak pelaku UMKM yang mengakui menemui banyak kendala dalam penggunaan digitalisasi dan media sosial karena minimnya pengetahuan (Purwana, et al, 2017). Padahal pelaku UMKM juga harus memiliki banyak pengetahuan dalam pemanfaatan market place, media sosial hingga aplikasi. Bahkan, pelaku UMKM dapat juga memperelajari cara menganalisis opini publik di media sosial yang lagi trend dengan aplikasi Drone Emprit Academic (Arianto, 2020b) Kedua, adalah mengintervensi perbaikan proses bisnis pelaku UMKM yang kemudian diturunkan ke dalam beberapa program. Selain teknik pemasaran juga diperlukan pengetahuan mengenai pentingnya literasi keuangan bagi para pelaku UMKM. Sebab literasi keuangan akan bisa membuat para pelaku UMKM mengatur dengan sistematis unit usahanya terutama terkait persoalan utang piutang. Literasi keuangan ini juga melingkupi tata cara pencatatan akuntansi UMKM. Sebab sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia belum melakukan pencatatan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa

Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) karena terdapat kendala dalam implementasinya. Kendala tersebut disebabkan oleh kurangnya kualitas laporan keuangan UMKM (Mubiroh & Sari, 2020). Ketiga, adalah perluasan akses pasar yang salah satunya mendorong sinergisitas antara Kementerian Koperasi dan UKM dengan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) agar pelaku UMKM bisa menjadi vendor pengadaan barang dan jasa pemerintah. Keempat adalah mengglorifikasi pahlawan lokal pelaku UMKM. Pahlawan lokal pelaku UMKM ini syaratnya adalah, pemantik, pemberdaya, memiliki brand yang kuat, dan secara keseluruhan mampu mengagregasi usaha Mikro dan Kecil untuk berlabuh ke platform digital ataupun ke pasar internasional (ekspor). Selain itu dalam masa pandemi Covid-19 untuk membangkitkan kembali kondisi ini diperlukan solusi mitigasi dan pemulihan yakni dengan menciptakan stimulus pada sisi permintaan dan mendorong platform digital untuk memperluas kemitraan. Selain itu diperlukan.⁷

Beberapa strategi dari Kementerian Koperasi dan UKM dalam pengembangan digitalisasi UMKM harus terus dipertegas di masa pandemi Covid-19 saat ini. Meski demikian, langkah selanjutnya yaitu mendorong peran serta stakeholder dalam hal ini yaitu korporasi dan perguruan tinggi untuk bisa menggandeng UMKM untuk bisa cepat untuk melakukan transformasi digital. Dengan percepatan transformasi digital pada UMKM juga akan mendorong para generasi milenial untuk bisa ikut terlibat dalam kewirausahaan digital. Dengan begitu pada akhirnya akan melahirkan para inovator muda yang kemudian akan menciptakan berbagai bentuk perusahaan startup berbasis permasalahan UMKM dalam konteks Indonesia. Hadirnya startup berbasis UMKM, akan dapat membangun sinergisitas yang dapat membuat transformasi digital UMKM bisa lebih cepat. Inilah kemudian yang akan membuat pelebagaan ekonomi digital di Indonesia semakin menguat.⁸

Dalam pengembangan UMKM berbasis digital, para pelaku UMKM harus dapat bersinergi dengan warganet dengan menampilkan konten-konten kreatif. Melalui sajian konten kreatif secara otomatis dapat menarik perhatian para warganet untuk bisa ikut menyebarkan produknya. Dengan begitu sinergisitas ini akan bisa menjadikan produk

⁷ Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19" dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2, 2020, hal. 240

⁸ Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19" dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2, 2020, hal. 243

dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM akan dikenal luas oleh para aktor warganet. Selain itu pula, sinergisitas yang dikembangkan adalah dengan menggunakan teknik reseller. Teknik ini adalah mengajak para warganet yang berasal dari generasi Z untuk bisa ikut menjual kembali produk yang dihasilkan oleh UMKM. Dengan teknik reseller oleh para generasi milenial akan bisa menjadi saluran pemasaran yang sangat baik. Hal itu dikarenakan generasi milenial memiliki simpul-simpul pertemanan yang cukup luas. Dengan sinergitas ini diharapkan pemasaran produk UMKM digital akan semakin meningkat. Teknik reseller ini juga harus melibatkan market place seperti Lazada, Tokopedia, Shopee maupun market place lainnya. Sehingga melalui media pemasaran market place ini akan semian membuka peluang produk UMKM dikenal luas oleh warganet.

Simpulan

Menjadi perhatian penting bagi pemerintah guna membantu memulihkan dan membangkitkan UMKM di Indonesia dengan berbagai bantuan maupun kebijakan pemerintah yang dapat mendukung bisnis UMKM yang terdampak. Terdapat 3 strategi kebijakan pemerintah yakni strategi jangka pendek, menengah dan panjang, antara lain jangka pendek atau mendesak adalah pemerintah harus berfokus pada pengurangan jumlah korban jiwa COVID-19 dengan penekanan pada stimulus sektor kesehatan dan bantuan kesejahteraan bagi masyarakat yang terdampak, untuk kebijakan jangka menengah diantaranya adalah memastikan dunia usaha untuk langsung beroperasi, menjaga kesinambungan sektor logistik dan mendorong kemandirian industri alat kesehatan menjadi kunci, dan strategi jangka panjang difokuskan pada pengenalan dan penggunaan teknologi digital bagi UMKM sekaligus persiapan untuk memasuki era Industri 4.0.

Pemerintah dan para pelaku UMKM haruslah saling bersinergi dalam menjaga kestabilan ekonomi pelaku UMKM. Pemerintah harus membantu para pelaku UMKM dalam memahami marketing melalui sosial media. Karena saat ini peran sosial media sangat penting untuk memasarkan apa yang diperjualbelikan oleh pelaku UMKM, ditambah platform sosial media dapat dilihat oleh banyak masyarakat yang berasal dari dalam atau luar wilayah tersebut.

Referensi

- Mona, Nailul. (2020). Konsep Isolasi Dalam Jaringan Sosial Untuk Meminimalisasi Efek Contagious (Kasus Penyebaran Virus Corona Di Indonesia). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, Vol. 2, No. 2, hlm.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, Vol. 2, No. 1, hlm. 149
- Arianto, Bambang. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 2, hlm. 234
- Anggito, Albi & Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kab Sukabumi: CV Jejak