

# PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA

**Kusmayadi<sup>1)</sup>, Dewi Sri Marsanti<sup>2)</sup>, Didik Susilo Tamtomo<sup>3)</sup>, Sulistiyo<sup>4)</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Semarang, 50275  
E-mail : koesmayadi2015@ gmail.com

## **Abstract**

This study aims to measure and analyze the impact of the COVID-19 pandemic on MSMEs in Indonesia. Since the outbreak of the corona virus or known as the covid-19 pandemic, there has been a very significant decline in the turnover of MSME actors. The data analysis method used in this study is a qualitative descriptive method. Researchers collect and describe all the phenomena that occur due to covid-19 and their impact on MSME businesses in Indonesia.

Industries that are able to survive in the midst of the COVID-19 pandemic are those related to meeting basic needs including electricity, clean water, agriculture, animal husbandry, plantations, fisheries, automotive and banking. Likewise, the retail industry is able to survive. This is because some take advantage of sales through digital marketing.

**Keywords:** *pandemic, covid-19, retail industry, digital marketing.*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis sejauh mana pengaruh pandemi covid-19 terhadap UMKM yang ada di Indonesia. Sejak merebaknya virus corona atau yang dikenal dengan pandemi covid-19 terjadilah penurunan omzet pelaku UMKM yang sangat signifikan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua fenomena-fenomena yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia.

Industri yang mampu bertahan ditengah pandemic covid-19 adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar meliputi Listrik, 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.

**Kata kunci :** *pandemi, covid-19, industry ritel, marketing digital*

## **PENDAHULUAN**

Pandemi covid-19 di Indonesia pertama kali dideteksi 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 penyebaranpun 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. Pemerintahpun akhirnya melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengkampanyekan Stay at home. Sektor UMKM pun terdampak parah. 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. Disamping itu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) suatu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0.

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. Transaksi perdagangan drastis elektronik meningkat selama pandemi COVID-19. Produk yang penjualannya mengalami peningkatan, antara lain produk kesehatan meningkat 90%, produk penunjang hobi naik 70%, makanan naik 350%, dan makanan herbal naik 200% (Tempo, 27 April 2020).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, muncul beberapa permasalahan yang akan diteliti : (1) seberapa besar dampak pandemi covid-19 terhadap pelaku UMKM, sektor mana saja yang merasakan dampak pandemi covid-19 ini dari yang omzetnya menurun, stabil atau bahkan meningkat pada saat pandemi covid-19? dan (2) bagaimanakah pola UMKM yang mampu bertahan di era covid19?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dari penelitian ini adalah : (1) mengetahui seberapa besar dampak pandemi covid-19 terhadap pelaku UMKM, sektor mana saja yang merasakan dampak pandemi covid-19 ini dari yang omzetnya menurun, stabil atau

bahkan meningkat pada saat pandemi covid-19, dan (2) menganalisis pola UMKM seperti apa yang mampu bertahan di era covid19.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah: (1) diperolehnya bukti empiris tentang dampak pandemi covid-19 terhadap pelaku UMKM dan, sektor mana saja yang merasakan dampak pandemi covid-19 dan (2) diperolehnya bukti empiris mengenai pola UMKM yang mampu bertahan di era covid19

## **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. Namun hanya ada sedikit riset empiris yang mengupas tentang covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi yang merupakan cara yang penulis lakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber referensi. Selain itu, karena keterbatasan waktu dan materi terkait 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. Lama penelitian dilakukan sejak bulan Juni hingga pertengahan Oktober 2020. Basis penelitian dilakukan di Jakarta dengan mengamati kebijakan dan berbagai kampanye cuci tangan dengan handsanitizer serta peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), social distancing, stay at home, (WFH) work from home hingga dampaknya terhadap UMKM.

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.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua fenomena-fenomena yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia.

Selain itu, karena keterbatasan waktu dan materi terkait penelitian ini, penulis mengumpulkan beberapa artikel yang terkait kemudian mengambil kesimpulan dari beberapa artikel tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Banyak pelaku UMKM meliburkan karyawannya bahkan menutup sementara usahanya. Salah satu penyebabnya adalah penurunan omzet penjualan. Work from home atau dikenal dengan singkatan WFH juga berpengaruh terhadap penurunan omzet. Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan physical distancing dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Kehadiran virus corona (covid-19) telah membuat situasi ekonomi di seluruh dunia memburuk. Pandemi covid-19 ini telah membawa kesengsaraan yang meluas terhadap pekerja sector formal dan informal. Lebih dari 1,5 juta jiwa pekerja telah dirumahkan atau terkena PHK.

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.

Transformasi digital mengacu pada proses dan strategi menggunakan teknologi digital untuk secara drastis merubah cara berbisnis dan beroperasi dalam melayani pelanggan. Meskipun teknologi komputer telah ada selama beberapa dekade, namun konsep transformasi digital masih relatif baru dan bersifat memaksa para pelaku UMKM karena kondisi pandemi covid-19 sekarang ini. Kebijakan beberapa negara untuk melakukan pembatasan sosial untuk menghambat penyebaran virus corona membuat masyarakat memilih untuk belanja online. Situasi ini mendorong akselerasi perekonomian digital. Para penjual mau tidak mau harus beralih strategi baru untuk mengikuti perkembangan pola konsumsi masyarakat kearah digital dan mengubah kebiasaan masyarakat untuk belanja secara online.

Ada beberapa alasan orang melakukan belanja online :

### **a. Meminimalkan Biaya.**

Belanja online berkembang pesat, penghematan biaya dan waktu menjadi faktor utama melakukan transaksi online. Efisiensi yang bisa dihemat antara lain efisiensi biaya, biaya transportasi, biaya parkir, dan biaya akomodasi yang merupakan satu paket untuk melakukan pembelian dan proses transaksi.

#### **b. Mengurangi Kelelahan**

Untuk transaksi pasar online andatidak perlu harus repot mendatangi toko, mall atau tempat makan. Dengan transaksi secara online, kita bisa berbelanja sambil melakukan aktifitas lain dirumah, atau tempat kerja, sangat praktis dan tidak melelahkan.

#### **c. Efisiensi Daya**

Penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan *social distancing* dikota-kota besar menimbulkan kepanikan di masyarakat sehingga aktifitas keluar rumah dibatasi.

#### **d. Terhindar dari Masalah Kerepotan.**

Himbauan untuk dirumah saja atau dikenal dengan istilah *stay at home*, merupakan langkah memutus penularan virus corona (covid-19). Jika berbelanja online saat shoopper ingin berbelanja banyak tidak perlu direpotkan membawa beratnya belanjaan untuk membawa barangbelanjaan kendaraan ataukerumah kita, karena semua barang pesanan langsung dikirimkerumah dengan keadaan yang aman.

#### **e. Membatasi Belanja**

Salah satu faktor kelemahan seorang manusia dalam aktifitas belanja adalah nafsu belanja lebih saat di pusat perbelanjaan.Dengan belanja online keinginan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan bisa diminimalisir sebab kita akan bisa fokus terbatas hanya mencari barang yang dibutuhkan.

#### **f. Harga Bersaing**

Dengan belanja online, saat ingin membandingkan dengan toko yang lain, bisa dilakukan hanya dengan satu klik tanpa kita harus berpindah secara fisik. Perbedaan harga juga tidak jauh berbeda dengan belanja konvensional.Jika dibandingkan dengan beragamnya keuntungan tentu tidak menjadi masalah untuk memilih belanja online.

#### **g. Diskon Menarik/Harga Spesial**

Banyak diskon yang ditawarkan dengan system belanja digital. Sistem belanja online menerapkan semacam sistem tabungan, jadi semakin sering berbelanja online, penjual akan memberikan voucher, gift, poin, atau reward tertentu.

#### **h. Efisiensi Waktu**

Dengan belanja online, kita tidak menghabiskan waktu untuk perjalanan ke toko untuk belanja, kita dimudahkan untuk tidak harus keluar dengan berbagai masalah diperjalanan, macet di jalan sekaligus bahaya di perjalanan. Kita mengatur kegiatan secara efektif untuk kegiatan lainnya.

#### **i. Faktor Kenyamanan**

Kenyamanan bisa diartikan berbeda oleh konsumen yang berbeda. Kenyamanan adalah kemampuan melepaskan diri dari beban pekerjaan rutin, sehingga bisa memiliki waktu lebih banyak untuk melakukan hal-hal yang lebih penting.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) 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, (2) industri yang terdampak di era pandemi 19 meliputi sektor manufaktur, transportasi, pariwisata, (3) industri yang mampu bertahan ditengah pandemic COVID-19 adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar meliputi Listrik, 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, dan (4) perlu strategi berbagai pihak untuk membangkitkan UMKM agar bisa survive ditengah pandemi COVID-19 ini dan berusaha kembali stabil.

### **Saran**

Sedangkan saran yang bisa peneliti berikan adalah: (1) perlunya kucuran dana bantuan atau hibah modal dari pemerintah untuk UMKM di Indonesia yang terdampak pandemic COVID-19, (2) perlunya para pelaku UMKM terus meningkatkan kualitas produk guna menarik kepercayaan agar terus digunakan oleh konsumen dan membuat diferensiasi produk. Dengan pengembangan produk baru akan menimbulkan ketertarikan konsumen pada inovasi produk tersebut, (3) terus meningkatkan kegiatan promosi semenarik mungkin dari promosi harga maupun membuat iklan guna membuat konsumen tertarik pada produk UMKM yang akan

meningkatkan penjualan, dan (4) terus konsisten mengikuti protokol kesehatan COVID-19 dalam setiap kegiatan produksi sampai distribusi ketangan konsumen.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anoraga, Panji, (2010), *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Dwi Chandra Wacana, Yogyakarta
- Assauri, Sofjan, (2007), *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*”, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Baldwin, R., Tomiura, E, (2020), *Thinking ahead about the trade impact of COVID-19*, CEPR Press VoxEU. Org
- Bhargavaa, A., Dean T. Jamisonb, Lawrence J. Lauc, Christopher J.L. Murray, (2020), “Modeling the effects of health on economic growth”, *Journal of Health Economics*. 20, 423–440
- Casalino, N and Żuchowski, I and Labrinos, N and Munoz N, Ángel L and Martín-J, José A. (2020). *Digital Strategies and Organizational Performances of SMEs in the Age of Coronavirus: Balancing Digital Transformation with An Effective Business Resilience*. *Law and Economics Yearly Review Journal – LEYR*
- Elisa M. Maffioli, (2020), *How is the World Responding to the 2019 Coronavirus Disease Compared with the 2014 West African Ebola Epidemic?*
- Koshle, H., Kaur, R. Basista. R, (2020), *Breakdown of Business and Workers in India, Impact of Corona Virus*, March 19,
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, Cet. 1, Edisi 12, Jilid. 2.
- Kotler, Philip, (2006), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Edisi kesebelas, Jakarta:PT.Indeks Gramedia,.
- McKibbin, W., Fernando R., (2020), *The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios*, CAMA Centre for Applied Macroeconomic Analysis , 29February 2020, P. 1-43, Australian National University, ISSN 2206-0332
- Sandhusen, R. (2008). *Marketing*. Hauppauge, N.Y: Barron’s Educational Series Inc., U.S..
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*, Salemba Empat, Jakarta

Stanton, William J., (2004), Prinsip Pemasaran, Penerjemah Yohanes Lumarto, Jakarta:Erlangga, Edisi ke7, Jilid 1.

Taufik, Prasilowati, S., L., (2019), “Terror Management, Economic Growth and Islamic Perspective toward the World Peace”, Proceedings 3rd Indonesia International Defence Science Seminar 2019, Volume 5, Pages 74-82, ISBN 978-602-5808-52-4, Indonesia DefenseUniversity.