

**REKONSTRUKSI BISNIS UMKM DI INDONESIA:
REFLEKSI ATAS DAMPAK EKONOMI AKIBAT PANDEMI COVID-19**

Rabi'atul Adawiyah^{1)*}, Fajar Adhitya²⁾
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang^{1,2)}
radawiyah@walisongo.ac.id¹⁾, fajar.adhitya@walisongo.ac.id²⁾

ABSTRACT

This study analyzes efforts in rescuing MSMEs to maintain the stability of the national financial system affected by the Covid-19 pandemic. The study uses a qualitative descriptive approach with data obtained from literature review and interview. The outcome of interview conducted to 100 MSMEs in Semarang City, Demak Regency and Kendal District shows the issues faced by MSMEs due to the Covid-19 pandemic are decreased sales, difficulty in obtaining raw materials, business capitals and paying premises rents, also production and distribution disruption. The result of the study concluded seven strategies for maintaining and increasing MSME sales: transforming its ways of marketing and sales online, diverting products/services line, reallocation of funds, hygiene and halal assurance, providing vouchers or gift cards, accelerating asset sales, and reduction of labor. This research is still limited to one sector, that is the MSME. These seven scenarios are expected to encourage MSMEs in improving and developing its capacities so it plays the role as economic safety nets.

Keywords : Business Strategy, Decreased Sales, MSME

ABSTRAK

Kajian ini menganalisis upaya rekonstruksi bisnis UMKM untuk menjaga stabilitas sistem keuangan nasional yang terdampak pandemi Covid-19. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh dari studi literatur dan wawancara. Hasil wawancara terhadap 100 UMKM menunjukkan permasalahan yang dihadapi akibat pandemi Covid-19 meliputi penurunan penjualan, kesulitan memperoleh bahan baku, permodalan, dan membayar sewa tempat usaha, juga terhambatnya produksi dan distribusi. Hasil kajian menunjukkan tujuh strategi untuk mempertahankan serta meningkatkan penjualan UMKM: perubahan pola pemasaran dan penjualan menjadi *online*, pengalihan lini produk/layanan, realokasi modal produksi, penjaminan higienitas dan kehalalan produk, penyediaan *voucher* belanja atau *gift card*, percepatan penjualan aset, dan pengurangan tenaga kerja. Penelitian ini masih terbatas pada satu sektor yaitu sektor UMKM. Ketujuh skenario tersebut di atas dapat memicu UMKM meningkatkan dan mengembangkan kapasitasnya sehingga dapat memainkan perannya sebagai pengaman ekonomi.

Kata Kunci : Penurunan Penjualan, Strategi Bisnis, UMKM

PENDAHULUAN

Dunia menghadapi tantangan besar pada tahun 2020 ketika virus Corona (Covid-19) dinyatakan sebagai pandemi global oleh Organisasi Kesehatan Dunia pada 11 Maret 2020. Deklarasi ini dibuat lebih dari dua bulan setelah kasus pertama virus Covid-19. Kemunculan Pasien Covid-19 dilaporkan di Kota Wuhan negara China pada 31 Desember 2019.

Perubahan drastis dan langkah strategis untuk mengatasi pandemi ini pasti mempengaruhi semua aspek kehidupan secara global, sebagaimana dilaporkan bahwa Covid-19 telah menyebar ke 213 negara dan wilayah. Selain di bidang kesehatan, pandemi Covid-19 juga berdampak besar pada sektor ekonomi, industri, pariwisata, transportasi, pangan, pendidikan, sosial, dan keagamaan.

Perserikatan Bangsa-Bangsa (2020) memperkirakan bahwa secara ekonomi, pandemi Covid-19 akan berdampak pada penurunan pendapatan global hingga US \$ 2 triliun. Lebih lanjut, *United Nations Department of Economic and Social Affairs* (UN-DESA) dalam siaran pers yang dikeluarkan oleh *UN Department of Global Communications* (2020) Pada 1 April 2020 diprediksikan ekonomi global dapat menyusut 1 persen pada tahun 2020. Sedangkan Standard and Poor's memprediksikan pertumbuhan ekonomi Indonesia akan melambat menjadi 1,8% pada tahun ini (Suryahadi, 2020). Dampak pada sektor ekonomi tersebut diakibatkan sebagai efek domino dari melemahnya sektor lain yang menyebabkan penurunan bahkan kerugian investor. Pada dasarnya pandemi Covid-19 mengancam semua sektor yang bergantung pada mobilitas, interaksi sosial dan membutuhkan berkumpulnya orang dalam jumlah besar.

Di Indonesia, sektor UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian dengan penyerapan tenaga kerja yang secara tidak langsung mengurangi pengangguran dan tingkat kemiskinan. Bagi perekonomian nasional, UMKM menjadi penting karena dapat meningkatkan PDB hingga 59,08% atau setara dengan Rp 4.869,57 Triliun dengan tingkat pertumbuhan 6,4% per tahun (Bank Indonesia dan LPPI, 2015). (Suhaili & Sugiharsono, 2019) mencatat bahwa antara tahun 2012-2017, UMKM berkontribusi besar terhadap PDB Indonesia dengan perkiraan rata-rata 59,74% atau setara dengan Rp5.928.934,98 miliar.

Berdasarkan survei Bloomberg (Green, 2020) banyak UMKM yang mengalami kesulitan dalam menjaga kelangsungan usahanya, bahkan harus menyesuaikan kebutuhan operasional selama kurang lebih satu atau dua bulan seperti pembayaran sewa, pinjaman, dan gaji pegawai. Sekitar 30% kelompok usaha mengalami kesulitan likuiditas bahkan gagal mempertahankan usahanya setelah satu atau dua bulan. Hanya 9% dari seluruh kelompok UMKM yang bertahan selama enam bulan selama pandemi. Sedangkan di Indonesia, Wakil Ketua Kamar Dagang dan Industri Indonesia bidang *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menyatakan bahwa sejak Februari hingga April 2020 penjualan UMKM menurun hingga 70 (CNBC Indonesia, 2020).

Pandemi Covid-19 telah mempengaruhi berbagai sektor ekonomi utama, terutama sektor perjalanan, pariwisata dan ritel serta jasa lainnya. Sektor yang dikatakan paling rentan

terkena virus Covid-19 adalah UMKM, mengingat keterbatasan sumber daya untuk menghadapi pandemi. Efek pandemi Covid-19 pada sistem keuangan akan bergantung pada: 1) sejauh mana virus akan menyebar ke seluruh dunia dan pengaruhnya terhadap aktivitas ekonomi, 2) kebijakan fiskal dan moneter menghadapi krisis, dan 3) langkah-langkah regulasi yang harus dihindari kemungkinan kerapuhan sistem perbankan (Asean, 2020).

Organisasi Perburuhan Internasional memperkirakan bahwa 5 hingga 25 juta pekerjaan di dunia akan hilang akibat pandemi ini (United Nations, 2020). Bouey (2020) mengungkapkan survei yang dilakukan oleh para peneliti dari Universitas Tsinghua terhadap 995 UKM pada bulan Februari menunjukkan bahwa 30 persen UKM mengalami penurunan pendapatan lebih dari 50%, sementara 28% lainnya melaporkan penurunan 20 hingga 50%. Lebih dari sepertiga UKM mengaku hanya mampu bertahan selama sebulan dengan arus kasnya, 33% mampu bertahan selama dua bulan, dan kurang dari 10% mampu menjalankan usahanya selama lebih dari enam bulan. Biaya pembiayaan operasional UKM terbesar yaitu 62,8% berada pada pembayaran gaji, asuransi tenaga kerja dan biaya keamanan. Biaya sewa dan pinjaman menempati biaya kedua dan ketiga.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 100 pengusaha UMKM yang berada di wilayah Semarang, Demak dan Kendal pada kurun waktu 10 sampai 20 Juni 2021 diperoleh hasil bahwa para pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan akibat pandemi Covid-19. Salah satu informan menyatakan sebagai berikut: "Semenjak pandemi, pasar menjadi sepi pengunjung. Pedagang-pedagang Pasar Bintoro Kabupaten Demak mengalami penurunan penjualan drastis, hal ini juga tidak hanya dialami oleh saya sendiri tetapi banyak pedagang di sekitar sini yang omzetnya juga turun drastis" (Aminah, wawancara, 10 Juni 2021).

Terdapat sekitar 86% UMKM mengalami penurunan penjualan yang drastis, sekitar 63 UMKM atau setara dengan 63% mengeluhkan kesulitan dalam mengakses bahan baku, sedangkan 84% menyatakan jalur distribusi produk terhambat. Tercatat 70 UMKM atau setara dengan 70% mengeluhkan masalah dana. Sekitar 70% pemilik UMKM mengungkapkan bahwa produksinya terkendala wabah Covid-19, sedangkan 30% UMKM kesulitan membayar sewa. Salah satu pelaku UMKM di wilayah Kendal menyatakan sebagai berikut : "Saya sudah berjualan di sini sejak 10 tahun yang lalu dan baru selama pandemi ini saya mengalami penurunan penjualan yang begitu drastis. Teman-teman pedagang Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal juga mengatakan bahwa mereka kesulitan bahan baku akibat tidak memiliki pendanaan akibat sepi penjualan". (Akhmad, wawancara, 11 Juni 2021).

Memperhatikan temuan data di atas, maka permasalahan yang dihadapi UMKM memerlukan berbagai upaya penyelamatan dan mitigasi serta kebijakan baik di bidang ekonomi, sosial dan politik dari pemerintah dan Komite Stabilitas Sistem Keuangan (KSSK). Kebijakan yang digagas pemerintah masih membutuhkan upaya tambahan untuk menyelamatkan UMKM yang terkena pandemi Covid-19. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana peran UMKM dalam menjaga stabilitas sistem keuangan nasional dan bagaimana menyelamatkan UMKM yang terdampak pandemi Covid-19.

LANDASAN TEORI

Menurut Purwanti (2016) UMKM umumnya didefinisikan berdasarkan kriteria kuantitatif, seperti jumlah pekerja, total aset dan pendapatan per tahun. Bank Indonesia dan LPPI (2015) menjelaskan bahwa UMKM dibagi menjadi tiga jenis berdasarkan jumlah sumber dayanya, pertama, Bisnis Mikro dengan karyawan maksimal 10 orang; kedua, bisnis kecil dengan 30 karyawan; dan ketiga, Usaha Menengah dengan jumlah karyawan mencapai 300 orang. Selain itu, terdapat karakteristik yang berbeda dari masing-masing jenisnya.

UMKM adalah mesin pertumbuhan ekonomi dan inovasi yang menguasai 90% bisnis dan menyediakan 50% lapangan kerja di dunia. Sektor UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dunia sebagai sumber Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 70% dari volume barang dan jasa (APEC, 2020). Anggraeni (2013) mengungkapkan bahwa UMKM merupakan bisnis yang potensial bagi perkembangan ekonomi di Indonesia, sehingga perlu dimaksimalkan dan digali untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. UMKM berbeda dengan usaha lain dalam aspek komoditas yang dihasilkan, antara lain kualitas dan bahan baku produk yang belum terstandarisasi, serta desain dan jenis yang masih terbatas Bank Indonesia dan LPPI (2015).

UMKM menurut klasifikasi standar internasional kegiatan sektor ekonomi dikategorikan menjadi sembilan bidang usaha. Mereka adalah 1) pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan sebesar 48,85% di Indonesia; 2) penambangan dan penggalian sekitar 0,53%; 3) industri proses sebesar 6,41%; 4) listrik, gas dan air bersih sebesar 0,03%; 5) konstruksi 1,57%; 6) perdagangan, hotel dan restoran sekitar 28,83%; 7) transportasi dan komunikasi 6,88%; 8) keuangan, persewaan dan jasa bisnis sebesar 2,37%; dan 9) layanan swasta sebesar 4,52% (Bank Indonesia dan LPPI, 2015).

Dalam periode pandemi ini, UMKM mendapat perhatian khusus dari setiap negara karena diharapkan mampu bertahan dari gejolak ekonomi sehingga diharapkan sistem

keuangan tetap stabil. Stabilitas sistem keuangan adalah sistem keuangan yang stabil yang mampu mengalokasikan sumber dana dan menghadapi guncangan ekonomi untuk mencegah terganggunya sektor riil dan sistem keuangan (Bank Indonesia, 2007). Dienillah & Anggraeni (2016) mengatakan bahwa stabilitas sistem keuangan dijelaskan oleh Bank Sentral Eropa sebagai kondisi di mana sistem keuangan mampu mengatasi guncangan dan meminimalisir hambatan dalam proses intermediasi keuangan. Sari (2015) menyebutkan bahwa stabilitas sistem keuangan merupakan ketahanan sistem keuangan terhadap guncangan ekonomi, sehingga fungsi intermediasi, sistem pembayaran dan distribusi risiko tetap berjalan dengan baik.

Sistem keuangan harus stabil dan efisien agar dapat menjalankan fungsi intermediasinya secara optimal dengan menyalurkan dana dari pihak yang berlebih (surplus) ke pihak yang mengalami defisit (Endri, 2009). Sementara itu, stabilitas sistem keuangan di Indonesia mengalami perlambatan mulai awal Maret 2020. Kondisi tersebut hanya dipengaruhi oleh wabah virus corona yang menyebabkan sektor ekonomi di Indonesia mengalami penurunan pendapatan. Beberapa sektor ditutup untuk meminimalkan penyebaran Covid-19. Oleh karena itu, pemerintah perlu segera menangani masalah ini untuk menjaga stabilitas dan keberlanjutan ekonomi.

Pelaku UMKM perlu melakukan rekonstruksi bisnis supaya dapat kembali berdaya saing. Rekonstruksi ekonomi adalah pembangunan kembali semua prasarana dan sarana, kelembagaan pada wilayah pasca bencana, baik pada tingkat pemerintah maupun masyarakat dengan sasaran utama tumbuh dan berkembangnya kegiatan perekonomian (Suprayitno et al., 2021). Sedangkan Suliswati & Razi (2020) mendefinisikan rekonstruksi bisnis merupakan pembangunan bisnis yang menganalisis perkembangan ekonomi yang merupakan fungsi dari faktor-faktor ekonomi dan non ekonomi. Selain itu menurutnya pembangunan ekonomi dapat disamakan dengan pertumbuhan ekonomi sedangkan pengertian pertumbuhan ekonomi menganalisis pemerataan ekonomi yang merupakan fungsi dari faktor-faktor ekonomi.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu mengkaji cara-cara penyelamatan UMKM yang terkena pandemi Covid-19 dalam rangka menjaga stabilitas sistem keuangan nasional dengan menggunakan studi literatur deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang dirancang untuk mengungkap masalah-masalah sementara tertentu dalam kehidupan yang akan berkembang di lapangan. Data penelitian diperoleh dari studi pustaka dan wawancara.

Studi pustaka merupakan rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian (Kartiningrum, 2015). Data dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku teks, jurnal, artikel, tinjauan pustaka dan data statistik yang dibahas dalam bidang ini. Menurut (Bungin, 2011) Studi pustaka merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data.

Wawancara dilakukan pada kurun waktu 10 Mei sampai dengan 20 Juni 2021 kepada 100 UMKM tersebar di Kabupaten Semarang, Demak dan Kendal. Penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur, yaitu berpedoman pada pertanyaan baku yang terdiri dari 10 (sepuluh) item serta pertanyaan pengembangan sesuai kondisi lapangan. Pertanyaan baku dalam wawancara sebagaimana terdapat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1
Item Pertanyaan Wawancara

No	Item Pertanyaan
1	Apa jenis usaha dan lini produk/layanan yang Anda jalankan?
2	Berapa jumlah tenaga kerja pada usaha yang Anda jalankan?
3	Apakah Anda memiliki aset bisnis non-esensial?
4	Apakah usaha Anda terdampak pandemi Covid-19, misalnya mengalami penurunan/lonjakan penjualan?
5	Apa saja permasalahan yang usaha Anda hadapi akibat pandemi Covid-19?
6	Apa strategi yang Anda lakukan untuk menghadapi permasalahan tersebut?
7	Apakah Anda melakukan perubahan terhadap usaha Anda untuk bisa bertahan di masa pandemi covid-19?
8	Apakah usaha saudara melakukan pemasaran secara <i>online</i> sebelum dan/atau sesudah pandemi Covid-19?
9	Apakah usaha Anda menerapkan protokol pencegahan penularan Covid-19 dalam proses produksi hingga pelayanan atau distribusi?
10	Apakah usaha Anda mendapatkan bantuan dari Pemerintah akibat terdampak pandemi Covid-19?

Tujuan dari wawancara adalah untuk mengetahui permasalahan yang lebih terbuka, di mana narasumber ditanya tentang permasalahan yang dihadapi oleh UMKM mereka akibat pandemi Covid-19. Analisis data dimulai dengan temuan penelitian yang relevan dan menelaah penelitian sebelumnya untuk menilai masalah penelitian. Bagian penting dan relevan dari topik penelitian dicatat termasuk sumber datanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Banyak faktor yang dapat membantu UMKM bertahan melalui krisis dan pulih dengan cepat pasca pandemi Covid-19, antara lain stimulus pemerintah, kepercayaan konsumen, dan penurunan jumlah kasus infeksi Covid-19. Banyak negara telah mengambil

langkah-langkah untuk menyelamatkan ekonominya selama pandemi, termasuk pemberian stimulus untuk melindungi UMKM.

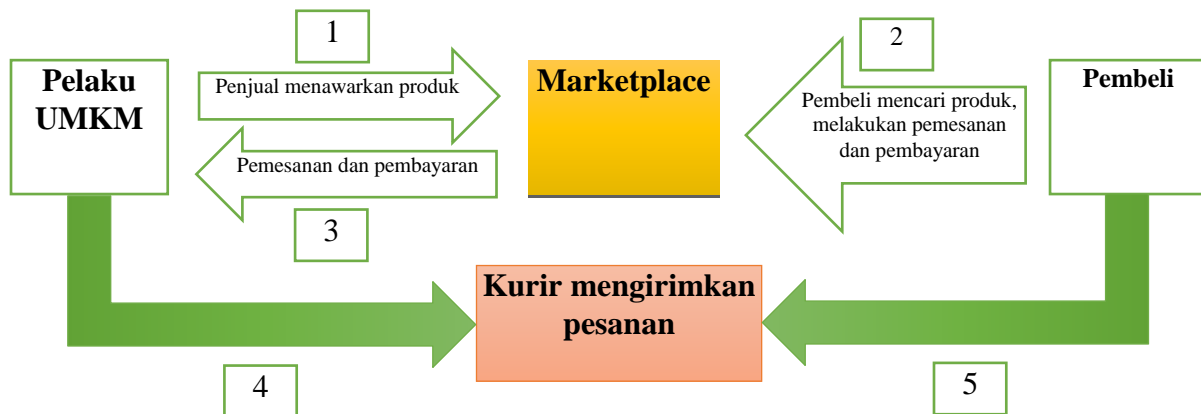
Selain skema perlindungan yang diberikan pemerintah kepada UMKM, para pelaku UMKM juga perlu menyiapkan langkah-langkah internal untuk mengatasi permasalahan tersebut. Solusi efektif yang paling banyak ditawarkan adalah memberdayakan pemasaran produk secara *online* melalui berbagai platform dan *marketplace* (Andayani et al., 2021; Nurshabrina et al., 2021; Raharja & Natari, 2021; Hardilawati, 2021). Siagian & Cahyono (2021) menawarkan penyusunan strategi pemasaran melalui STP (*Segmenting, Targeting* dan *Positioning*) untuk memperbaiki konsep promosi, kemitraan dan *branding* untuk menarik konsumen.

Pengalihan lini produk/layanan juga menjadi salah satu langkah yang perlu dipertimbangkan UMKM untuk tetap bertahan di tengah pandemi (Andayani et al., 2021; Nurshabrina et al., 2021). Hardilawati, 2021 juga merekomendasikan perbaikan kualitas produk agar UMKM tetap minati pelanggan di tengah persaingan dan situasi yang sulit. Solusi alternatif yang belum ditawarkan dalam berbagai penelitian yang telah dilakukan adalah mengubah anggaran modal produksi, memastikan kebersihan dan kehalalan produk, mengeluarkan *voucher* belanja atau kartu hadiah, mempercepat penjualan aset, dan mempertimbangkan pengurangan karyawan.

Penggunaan media digital akan menjadi solusi terbaik untuk membantu UMKM terus berjalan. Pembatasan sosial berskala besar dan penghindaran keramaian telah mengakibatkan peningkatan ekstrem dalam penggunaan internet, dan media sosial, termasuk permintaan untuk dibawa pulang dan belanja *online*. Memasuki era revolusi industri 4.0, teknologi digital melalui pemanfaatan internet dan infrastruktur teknologi informasi lainnya merupakan suatu keniscayaan (Rofaida & Rofi, 2020).

Beberapa bisnis berbasis internet semakin diminati, seperti yang terkait dengan pengiriman makanan, belanja *online*, perawatan kesehatan dan pengobatan, solusi untuk pekerjaan jarak jauh, pendidikan *online*, dan hiburan *online* (Donthu & Gustafsson, 2020). Teknologi digital dan media sosial juga membantu pengelolaan sumber daya lebih efektif, komunikasi lebih cepat di internal UMKM maupun dengan pelanggan dan mitra, meningkatkan produktivitas, serta menurunkan biaya transaksi karena iklan lebih murah dan menyebar lebih cepat (Rashiti et al., 2017). Pelaku usaha dapat memanfaatkan platform digital untuk melihat kebutuhan pasar (Sofi Maya Sari, Yunizar, 2020). Ekonomi digital yang berkembang dengan baik akan berperan lebih besar dalam mendukung kegiatan ekonomi dan mengurangi efek resesi (Ozili, 2020). Strategi ini dapat membantu UMKM menjangkau konsumen dengan pergerakan terbatas. Alur Pemasaran dan penjualan Online dapat dilihat pada skema sebagai berikut:

Gambar 1
Skema Pemasaran Online



Sumber: Maulidasari & Damrus, 2020 dengan pengembangan

Strategi pemasaran dan penjualan *online* dimulai dengan UMKM seperti penjual sayur mayur, komoditas pokok, makanan, buah-buahan, dll. Mendaftarkan diri dalam sistem atau aplikasi *marketplace*. Pembeli mencari produk yang dibutuhkan di pasar dan memesan untuk melakukan pembayaran. Sistem *marketplace* kemudian mengeluarkan notifikasi untuk pemesanan dan pembayaran dari pembeli ke UMKM. Kurir yang terdiri dari tukang becak, angkutan umum, ojek, atau penyedia jasa pengiriman mengantarkan barang yang dibeli kepada pembeli.

Media digital menjadi begitu penting bagi UMKM dalam menjaga hubungan pelanggan yang ada dan berkomunikasi dengan mereka untuk membangun kepercayaan (Liguori et al., 2019). Menurut Pelham (2000), UMKM yang berorientasi pasar lebih cenderung unggul terutama jika mereka mengikuti strategi pertumbuhan atau diferensiasi. Tetap terhubung dengan komunitas wirausaha juga penting karena merangsang tingkat kreativitas dan inovasi yang lebih tinggi, dan dapat menjadi sumber pengakuan (Liguori et al., 2019). Selain itu, media digital membantu dalam menyelidiki tren saat ini dan masa depan (Eggers et al., 2017).

Selama pandemi Covid-19, UMKM harus lebih adaptif dan inovatif dengan situasi dan kondisi. Pandemi Covid-19 tentunya membawa perubahan pada perilaku dan konsumsi konsumen. Keadaan ini mendorong terpeliharanya pasokan kebutuhan primer seperti medis, kebersihan, pangan, dan hasil pertanian sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, UMKM perlu mengalihkan lini barang atau jasanya ke lini lain yang lebih dibutuhkan selama pandemi. Keunggulan kompetitif melalui orientasi pasar dan inovasi produk akan menentukan keberlanjutan UMKM (Alwi & Handayani, 2018).

Beberapa bisnis berbasis internet semakin diminati, seperti yang terkait dengan pengiriman makanan, belanja *online*, perawatan kesehatan dan pengobatan, solusi untuk pekerjaan jarak jauh, pendidikan *online*, dan hiburan *online* (Donthu & Gustafsson, 2020). (Jaworski et al., 2000) mencatat bahwa pasar dinamis dan dapat bergerak cepat. Namun, perubahan bisnis harus didasarkan pada estimasi kemudahan akses ke pemasok, kemampuan memperoleh bahan baku, bahan atau logistik dan calon konsumen untuk mengidentifikasi risiko dan peluang. UMKM harus menggunakan analisis biaya dan manfaat yang menghubungkan perencanaan mitigasi risiko lintas fungsi dengan strategi perusahaan (Fitriasari, 2020).

Hal-hal yang dapat dilakukan oleh UMKM dalam melaksanakan rekonstruksi bisnis adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjaga kelangsungan usahanya, para pelaku UMKM diwajibkan untuk melakukan realokasi modal usahanya. UMKM harus mempersiapkan arus kas dengan memperhitungkan berbagai skenario, yaitu penurunan pendapatan, model operasi baru, pengurangan biaya operasional, dan kredit macet.
2. Memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen dengan memenuhi dan memperhatikan labelisasi halal. Produk dengan label halal dinilai bisa menjamin hal-hal tersebut. Selain kebersihan produk, UMKM harus memastikan pekerja yang terlibat dalam rantai pasokan bebas dari infeksi Covid-19. Hal ini sangat penting tidak hanya untuk melindungi pekerja dan konsumen, tetapi juga untuk memberikan dukungan kepada tenaga medis yang berjuang di garis depan serta kelompok tertular dan rentan lainnya. Penerapan protokol kesehatan juga diharapkan dapat mendongkrak penjualan UMKM saat ini.
3. UMKM yang bergerak di bidang tekstil, perabot rumah tangga, cenderamata, aksesoris, penginapan, restoran, dan toko sembako dapat menjalankan strategi dengan menawarkan *voucher* atau *gift card* kepada konsumen yang dapat digunakan setelah pandemi berakhir. Upaya ini dapat membantu UMKM menjaga arus kas untuk kelangsungan usahanya.
4. Persiapan arus kas selama pandemi dapat memaksa pemilik UMKM untuk menjual aset bisnis non-esensial jika mereka memiliki tabungan minimum atau gagal mendapatkan pinjaman. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk memiliki aset usaha yang tidak esensial (misalnya tanah, kendaraan, dan emas) untuk menghadapi kondisi yang tidak terduga tersebut. Pemilik UMKM harus mempertimbangkan apakah aset dapat dijual dengan cepat dalam kondisi epidemi untuk menjaga kelangsungan bisnis.

5. Pemilik UMKM mempersiapkan skenario terburuk untuk memastikan bahwa bisnis dapat terus berjalan. Alternatif terakhir adalah mempertimbangkan kombinasi pengurangan jam kerja, pemotongan upah sukarela, cuti berbayar, cuti sukarela yang tidak dibayar, penangguhan tenaga kerja dan pemutusan hubungan kerja. Oleh karena itu, pemilik UMKM harus mengidentifikasi personil kunci untuk kegiatan operasionalnya.

Selain upaya tersebut, diperlukan dukungan aktif dari pemerintah negara bagian dan daerah untuk membantu UMKM menerapkan strategi di atas. Pemerintah dapat melakukan kanalisasi produk UMKM secara *online* dengan membuat *marketplace* khusus untuk UMKM lokal. Saat ini sudah ada PaDi (Digital Market) sebagai *marketplace* barang dan jasa yang bisa dibeli oleh perusahaan BUMN. Pada masa sulit seperti sekarang, pemerintah juga perlu menjamin stabilitas harga, ketersediaan, dan aksesibilitas barang kebutuhan pokok. Tindakan ini akan membantu UMKM dapat memproduksi barang dan jasa. Apalagi, pemerintah perlu membeli produk UMKM untuk dipromosikan.

Pemerintah pusat dan daerah juga harus mempertimbangkan skema lain untuk mendukung UMKM dengan bekerja sama dengan pelaku usaha atau lembaga swasta, mulai dari pinjaman untuk jangka waktu tertentu dengan keringanan atau penurunan suku bunga, hibah tunai, pengurangan biaya sewa tempat usaha, atau pemberdayaan UMKM. melalui pengembangan kapasitas dan pelatihan digital. Literasi digital bagi UMKM merupakan salah satu strategi sosial dan digital untuk merespons perubahan yang terjadi di pasar dalam jangka panjang (Amri, 2020).

Sejak April 2020 pemerintah bekerja sama dengan pihak swasta untuk menjalankan program pelatihan digital bagi UMKM, misalnya mendesain ulang website atau menggunakan platform *online* dan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan tetap. Ada beberapa program seperti program *e-learning* yaitu edukukm.id yang digagas oleh Kementerian Koperasi dan UKM, Program Pelatihan Online UKM Pariwisata oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan yang terbaru adalah kelas *online* yang direncanakan oleh tim Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan *e-commerce*. Yang terpenting, Pemerintah Pusat perlu menyiapkan mekanisme bagi UMKM untuk mendukung pengendalian pandemi. Selanjutnya, pemerintah daerah perlu menginformasikan dan mengawasi UMKM apakah mereka telah memenuhi persyaratan pencegahan Covid-19, memantau penerapan metode pencegahan penyakit, dan membantu mereka membuat rencana untuk keadaan darurat.

Kebijakan ini dapat diadopsi dari upaya Pemerintah China dalam menerapkan prinsip keseimbangan antara dukungan bagi UMKM dan pengendalian pandemi pasca *lockdown*.

(Bouey, 2020) menguraikan pertimbangan utama Pemerintah Daerah dalam memberikan izin untuk membuka kembali UMKM. Pertama, kesiapan UMKM untuk mencegah penyebaran Covid-19. Kedua, prioritas diberikan kepada usaha-usaha yang termasuk dalam daftar teratas pemerintah daerah, misalnya usaha-usaha yang berdampak pada perkembangan kota, kebutuhan sehari-hari dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian daerah. Ketiga, UMKM yang mampu memproduksi APD dan alat bantu kesehatan diutamakan. Berdasarkan analisis dan skenario strategis di atas, menjadikan solusi untuk meningkatkan ketahanan UMKM dalam menghadapi kondisi perekonomian. UMKM yang bertahan sangat berdampak pada stabilitas sistem keuangan nasional.

SIMPULAN

Berdasarkan studi yang telah dilakukan, UMKM merupakan sektor usaha yang sangat krusial dan mampu beradaptasi dengan cepat dalam kondisi krisis yang tidak terduga. Peneliti mengusulkan tujuh skenario defensif UMKM yang dapat dilaksanakan oleh pelaku usaha dan perlu mendapat dukungan positif dari pemerintah, lembaga keuangan dan perbankan serta masyarakat. Pertama, transformasi cara pemasaran dan penjualan secara *online*. Kedua, pergeseran lini produk / jasa. Ketiga, realokasi modal produksi. Keempat, jaminan kebersihan produk dan kualitas halal. Kelima, pemberian *voucher* belanja atau kartu hadiah. Keenam, percepatan penjualan aset. Ketujuh, pengurangan tenaga kerja.

Ketujuh skenario di atas dapat menjadi solusi alternatif bagi UMKM untuk bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil akibat pandemi Covid-19. Namun hasil penelitian tidak sepenuhnya dapat diterapkan oleh UMKM di daerah yang masih memiliki keterbatasan jaringan internet karena kendala dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis digital. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk penyelamatan UMKM yang tidak memiliki kemampuan untuk beralih ke pemasaran digital.

Semakin banyak jumlah UMKM yang mampu bertahan dan mengembangkan usahanya, maka semakin besar pula kontribusi mereka sebagai jaring pengaman ekonomi dan sosial. UMKM yang bertahan dapat mengurangi pengangguran di Indonesia. Ketahanan UMKM yang baik menjaga PDB dari penurunan yang ekstrem. Dengan demikian, UMKM dapat langsung menyelamatkan stabilitas sistem keuangan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan Bersaing UKM yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193–202. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130.
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12. <https://doi.org/10.17977/um041v16i1p12-20>
- Anggraeni. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1286–1295.
- APEC. (2020). Intellectual Property Commercialization for SMEs. *Intellectual Property Commercialization for SMEs*, 1–24. Vladivostok: Committee on Trade and Investment(CTI), Intellectual Property Rights Experts Group (IPEG).
- Asean, Policy Brief. (2020). *Economic Impact of Covid-19 Outbreak on ASEAN*. Jakarta: Association of Southeast Asian Nations (ASEAN).
- Bank Indonesia. (2007). *Booklet Stabilitas Sistem Keuangan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia dan LPPI. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Bank Indonesia dan LPPI.
- Bouey, J. (2020). *Assessment of COVID-19's Impact on Small and Medium-Sized Enterprises: Implications from China*. Santa Monica, CA: RAND Corporation.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenata Media.
- CNBC Indonesia. (2020). *Kadin: Penjualan UMKM di Masa Covid-19 Turun Hingga 70%*. CNBC Indonesia. Diakses pada 17 April 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200417170805-8-152770/kadin-penjualan-umkm-di-masa-covid-19-turun-hingga-70>
- Dienillah, A. A., & Anggraeni, L. (2016). Dampak Inklusi Keuangan Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan di Asia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 18(4), 409-430. <https://doi.org/10.21098/bemp.v18i4.574>
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on Business And Research. In *Journal of Business Research*, 117, 284-289. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.008>
- Eggers, F., Hatak, I., Kraus, S., & Niemand, T. (2017). Technologies That Support Marketing and Market Development in SMEs—Evidence from Social Networks. *Journal of Small Business Management*, 55(2), 270-302. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12313>
- Endri. (2009). Penguatan Stabilitas Sistem Keuangan Melalui Peningkatan Fungsi Intermediasi dan Efisiensi Bank Pembangunan Daerah (BPD). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13(1), 120-134.
- Fitriasari, F. (2020). How do Small and Medium Enterprise (SME) Survive the COVID-19 Outbreak? *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(2), 53-62. <https://doi.org/10.22219/jiko.v5i3.11838>
- Gërguri-Rashiti, S., Ramadani, V., Abazi-Alili, H., Dana, L. P., & Ratten, V. (2017). ICT, Innovation and Firm Performance: The Transition Economies Context. *Thunderbird International Business Review*, 59(1), 93-102. <https://doi.org/10.1002/tie.21772>
- Green, J. (2020). *Covid-19 Is Becoming the Disease That Divides Us: By Race, Class and Age*. Diakses pada 25 May 2020, dari <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-21/covid-19-divides-u-s-society-by-race-class-and-age>

- Hardilawati, W. Laura. (2021). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Jaworski, B., Kohli, A. K., & Sahay, A. (2000). Market-driven Versus Driving Markets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 45-54. <https://doi.org/10.1177/0092070300281005>
- Kartiningrum, E. D. (2015). *Panduan Penyusunan Studi Literatur*. Mojokerto: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Kesehatan Majapahit.
- Liguori, E., Bendickson, J., Solomon, S., & McDowell, W. C. (2019). Development of a Multi-Dimensional Measure For Assessing Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(1-2), 7-21. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1537144>
- Maulidasari, C. D., & Damrus. (2020). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2), 233–245.
- Nurshabrina, H., Rahmawati, D. F. A., & Tukiman, T. (2021). Strategi Bertahan Umkm Paguyuban Sewelas Penjaringsari Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 8(2), 280–290.
- Ozili, P. K. (2020). COVID-19 Pandemic and Economic Crisis: The Nigerian Experience and Structural Causes. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(4), 401-418. <https://doi.org/10.1108/JEAS-05-2020-0074>
- Pelham, A. M. (2000). Market Orientation and Other Potential Influences on Performance in Small and Medium-Sized Manufacturing Firms. *Journal of Small Business Management*, 38(1), 48-67.
- Purwanti. (2016). Strategi Pengembangan Startup UMKM Berbasis Syariah Melalui Penciptaan Kompetensi Inti. Dalam F. Pratikto, et al. (Ed.), *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Ekonomi Syariah: Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Sektor Riil di Indonesia*, 13–24. Malang: CV. Ampuh Multi Rejeki.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rofaida Rofi, A. C. (2020). Upgrading Kinerja Bisnis Melalui Digital Literacy : Upaya Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Industri 4.0. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 211–225. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i3.26709>
- Sari, D. I. (2015). Analisis terhadap Peranan dan Strategi Bank Indonesia serta Pemerintah dalam Menjaga Stabilitas Sistem Keuangan di Indonesia. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1), 29-36.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>
- Sofi Maya Sari, Yunizar, D. S. (2020). Penentuan Keunggulan Bersaing Pada UMKM: Apakah Kompetensi Digital dan Orieintasi Kewirausahaan Penting? *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 70. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i1.26999>
- Suhaili, M., & Sugiharsono, S. (2019). Role of MSME in Absorbing Labor and Contribution to GDP. *Economics Development Analysis Journal*, 8(3), 301-315. <https://doi.org/10.15294/edaj.v8i3.35229>
- Suliswati, D., & Razi, F. (2020). Kebijakan Pemerintah Desa Lowayu Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik Dalam Rekonstruksi Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19. *Prosiding*

- Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 348.
<https://doi.org/10.24198/jppm.v7i2.28977>
- Suprayitno, H., Lukito, R., & Farida, N. (2021). Rekonstruksi Dampak Ekonomi Umkm Kabupaten Blitar Di Tengah Covid-19. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 10(1), 44.
<https://doi.org/10.26418/jaakfe.v10i1.47013>
- Suryahadi, A. (2020). *S&P Pangkas Outlook Indonesia, Bagaimana Dampaknya Ke Pergerakan IHSG?*. Diakses pada 28 Mei 2020, dari <https://investasi.kontan.co.id/news/sp-pangkas-outlook-indonesia-bagaimana-dampaknya-ke-pergerakan-ihsg-1>.
- United Nations. (2020). United Nations Secretary-General Launches Plan to Address The Potentially Devastating Socio-Economic Impacts Of COVID-19: Establishes Global Fund to Support Low- and Middle-Income Countries. *United Nations Press Release 31 March 2020*. Diakses pada 25 Mei 2020, dari <http://www.unodc.org/unodc/en/press/releases/2020/April/united-nations-secretary-general-launches-plan-to-address-the-potentially-devastating-socio-economic-impacts-of-covid-19.html>.