

**Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM
(Studi Kasus Terhadap Pelaku Usaha Seafood di Kota Muaro Sijunjung)**

Arwin

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
arwin@stain_madina.ac.id

ABSTRAK

Tulisan ini difokuskan pada dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro dan strategi yang digunakan oleh pelaku usaha mikro dibidang kulinerSeafood untuk meningkatkan omset penjualan dimasa pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengambilan data berupa wawancara langsung kepada pemilik usaha Seafood dan dari beberapa sumber jurnal lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak pandemi Covid-19 terhadap pendapatan Usaha Mikro dibidang kulinerSeafood cukup tinggi, yaitu terjadi peningkatan omset penjualan sebesar 57 persen dimasa pandemi Covid-19. Hal ini disebabkan karena penjual Seafood menggunakan *digital marketing* untuk melakukan promosi penjualan produknya melalui media sosial, seperti di Facebook, Instagram dan grup whatsapp, serta promosi -promosi langsung kepada konsumen tenda Seafoodnya ketika ada pembeli yang datang membeli seafood secara langsung. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh Usaha Mikro penjual Seafood untuk bertahan serta meningkatkan omset penjualannya dimasa pandemi, antara lain dengane-commerce, *digital marketing*, dan pengantaran pesanan langsung ke rumah pembeli, peningkatankualitas produk dan pelayanan kepada konsumen.

Kata Kunci: Dampak, Pandemi Covid-19, Usaha mikro, *Seafood*

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia pandemi Covid-19 sudah terjadi sejak awal tahun 2020 yang memiliki dampak yang signifikan terhadap tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi hampir di sebagian besar negara di dunia, tak terkecuali Indonesia. Berdasarkan data BPS tahun 2021, turunya kinerja ekonomi Indonesia ini terjadi sejak triwulan I tahun 2020, yang tercermin dari laju

pertumbuhan ekonomi pada triwulan I tahun 2020 yang hanya mencapai 2.97 persen, dan kembali menurun signifikan pada triwulan II tahun 2020 yang tumbuh minus 5.32 persen. Tentunya, jika ini tidak ditangani segera maka akan membawa dampak besar yang akan mengancam perekonomian Indonesia. Pemerintah Indonesia dalam upayanya mengatasi pandemi Covid-19 mulai memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau sosial distancing sejak bulan maret

2020 dengan tujuan untuk membatasi pergerakan orang dan barang sehingga mengharuskan masyarakat untuk berdiam di rumah jika tidak ada keperluan mendesak. Sektor UMKM adalah salah satu sektor yang memiliki dampak signifikan saat pemerintah memberlakukan PSBB, karena akan mengurangi jumlah konsumen yang berbelanja secara langsung. Pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian besar UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat penurunan daya beli masyarakat (Suryani, 2021) dan (Ihza, 2020).

Berkurangnya dan terbatasnya mobilitasi masyarakat untuk keluar rumah disebabkan oleh pandemi covid-19, karena orang ketakutan untuk melakukan kontak langsung dengan orang lain, sehingga mengakibatkan kurangnya terjadi transaksi ke warung-warung Usaha mikro dan berdampak langsung kepada penjualan dan pendapatan para pelaku usaha mikro yang dijalankan oleh masyarakat. Dampak tersebut yaitu menurun sangat tajam penjualan dan pendapatan para pelaku Usaha Mikro yang memang berjualan secara konvensional, yang terbiasa menjual langsung kepada pembeli yang datang ke warung-warung usaha mikro tersebut. Menggunakan cara-cara konvensional dalam melaksanakan usaha jualan untuk Usaha Mikro, maka pada saat mobilisasi masyarakat terbatas untuk keluar rumah, maka akan berdampak sangat signifikan terhadap penjualan dan pendapatan pada usaha Usaha Mikro pada saat kondisi pandemi covid-19 yang sedang tinggi. Oleh karena itu pelaku UMKM membutuhkan inovasi dan terobosan-terobosan baru dalam memasarkan jualan kepada konsumennya, agar dalam kondisi pembeli tidak bisa datang langsung ke warung yang

hendak dikunjunginya untuk membeli makanan yang dibutuhkannya, akan tetapi tetap bisa dipean secara online dan diantarkan langsung sampai ke pintu rumahnya.

Berbeda halnya dengan yang dialami oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya para pedagang makanan *Seafood* yang ada di Kota Muaro Sijunjung. UMKM ini justru mampu meningkatkan penjualannya dan efek dari meningkatnya daya beli masyarakat di kota Muaro Sijunjung dan merubah pola jualan dari konvensional atau pembeli harus datang langsung ke warung seafood dengan pesan melalui media sosial, seperti Whatsapp grup, Instagram dan diantarkan langsung ke rumah pembeli. Selama pemerintah memberlakukan PSBB. Penjualan dan pendapatan Usaha Mikro *Seafood* di Muaro Sijunjung mengalami peningkatan penjualan sebesar 57 persen dibandingkan dengan sebelum diberlakukannya PSBB di kota Muaro Kab. Sijunjung. Peningkatan ini terjadi karena berubahnya pola penjualan seafood ini dari konvensional atau belanja dan makan ditempat menjadi jual beli yang pemesanannya bisa dilakukan via Whatsapp dan akan diantarkan oleh alamat oleh ojek yang sudah kerjasama dengan pelaku UMKM.

Dari uraian di atas maka penulis ingin meneliti secara mendalam tentang permasalahan yang telah dipaparkan di atas dengan judul: **Dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus Terhadap Pelaku Usaha Seafood di Kota Muaro Sijunjung)**, yang bertujuan untuk mengetahui dampak signifikan dari pandemi Covid-19 terhadap UMKM khususnya Usaha Seafood di Kota Muaro Sijunjung, serta strategi apa

yang digunakan oleh pemilik dagangan Seafood di kota Muaro Sijunjung dalam meningkatkan omset penjualannya pada masa pandemi Covid-19.

2. KAJIAN TEORI

Virus Covid-19 atau yang disebut Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernapasan Akut Berat/ *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Coronavirus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan China, pada bulan Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit Coronavirus Disease-2019 (COVID-19) (Susilo, dkk, 2020). Adanya virus ini tidak hanya berdampak pada kesehatan, melainkan berdampak pada seluruh sektor di dunia termasuk Indonesia. bahkan sampai saat ini belum ditemukan vaksin guna menangkal virus Covid-19. Sehingga masyarakat dihimbau untuk tetap mematuhi protokol kesehatan Covid-19.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Pasal 1 Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

- a. Pendapatan-Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun, laba tergantung pada faktor produksi pada yang dilibatkan dalam proses produksi
- b. Strategi-Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurunwaktu. Di dalam strategi

yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada pelaku Usaha Mikro yang ada di Kota Muaro Sijunjung (Studi kasus pada UMKM Seafood pada masa Pandemi Covid-19). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan bagaimana keadaan penjualan dan pendapatan usaha *Seafood* di masa pandemi Covid-19. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan para pelaku atau pemilik usaha *Seafood* di Kota muaro Sijunjung, kemudian setelah data dikumpulkan, maka akan dilakukan reduksi data dan selanjutnya menyimpulkan serta mendeskripsikan semua gejala-gejala yang terjadi bagi penjualan dan pendapatan usaha seafood pada saat pandemi Covid-19 di Kota Muaro Sijunjung dan apa dampaknya terhadap usaha Seafood tersebut. Selain itu karena keterbatasan materi, peneliti juga mengumpulkan berita atau beberapa jurnal mengenai dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang banyak dimuat media kabar di beberapa daerah di Indonesia. Maka data-data sekunder yang didapatkan dari media massa tersebut juga dijadikan sebagai data untuk melihat kondisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada masa pandemi covid-19, untuk melihat secara umum dampak virus covid-19 ini terhadap penjualan dan pendapatan para pelaku

UMKM dan khususnya usaha dibidang kuliner di Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM Seafood Sejak Maret 2020 Indonesia sudah terkonfirmasi wabah Covid-19. Penyebaran virus Covid-19 berpotensi berdampak secara langsung terhadap perekonomian termasuk juga usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Dampak dari Covid-19 terhadap UMKM diantaranya yaitu penurunan omset penjualan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan oleh pelaku usaha. Hal ini terjadi karena berkurangnya aktivitas masyarakat di luar rumah, berkurangnya kepercayaan masyarakat, serta sulitnya memperoleh bahan baku (Ihza, 2020). Hal ini berbeda dengan yang dialami oleh UMKM Seafood yang justru mengalami peningkatan omset penjualan sebesar 60 persen sejak diberlakukannya PSBB di masa pandemi Covid-19. UMKM Seafood merupakan usaha kuliner yang menjual secara online berbagai macam makanan, minuman, dan kue sejak tahun 2016. Seluruh aktivitas penjualan dilakukan melalui sosial media seperti Facebook, Instagram dan grup Whatsapp. Hal inilah faktor utama yang menyebabkan omset penjualan Seafood di Kota Muaro Sijunjung mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini dikarenakan sejak awal merintis usaha Zeafood sudah menggunakan digital marketing yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan dan memasarkan seluruh produk-produknya. Hal ini sangat berguna apalagi di masa pandemi seperti ini yang mewajibkan masyarakat untuk stay at home jika ada kepentingan yang mendesak, sehingga banyak masyarakat yang

memanfaatkan internet dan media sosial untuk berbelanja.

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

E-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk berupa barang/jasa secara digital. Penjualan ini dilakukan oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer atau android sebagai perantara transaksi bisnis (Laudon & Traver, 2016).

E-commerce merupakan salah satu cara dapat digunakan oleh pelaku UMKM di Masa pandemi Covid-19 dalam menjalankan usaha untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar (Kusumastuti, 2020).

Marketing. Digital Marketing merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai internet dan media sosial. Cara pemasaran secara digital yang sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha adalah dengan menggunakan media sosial seperti memasarkan produk melalui instagram, facebook, twitter, tiktok, youtube, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga menjadikan digital marketing harus dapat dipahami dan dipelajari oleh UMKM (Chaerani dkk, 2020).

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

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

hingga akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan. (Haldilawati, 2020).

b. Pembahasan

Pada pemaparan hasil penelitian ini ditemukan beberapa dampak terhadap Usaha Mikro khususnya usaha kuliner Seafood di Kota Muaro Sijunjung pada masa pandemi covid 19 ini, yaitu : (1). Pandemi covid-19 telah berdampak terhadap UMKM di Kota Muaro Sijunjung. (2). Ada juga UMKM berhasil meningkatkan omset penjualannya pada masa pandemi covid-19 ini. (3). Peningkatan omset Usaha mikro Seafood di Kota Muaro Sijunjung karena menggunakan strategi marketing dengan media sosial, seperti facebook, Instagram dan WA grup. (4). Penjualan *Seafood* di Kota Muaro Sijunjung pada masa pandemi dilakukan secara online, sehingga pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk membeli Seafood, akan tetapi langsung diantar kerumah oleh kurir pengantar makanan Seafood tersebut. (5). Mempromosikan Seafoodnya juga menggunakan grup E. commerce. Dengan cara-cara promosi dan pemasaran menggunakan metode-motode di atas, sehingga berdampak positif terhadap penjualan seafood di Kota Muaro Sijunjung. Walaupun pada masa pandemi covid-19, yang mana banyak UMKM yang gulung tikar karena terbatasnya pergerakan orang diluar rumah. Akan tetapi beda halnya dengan penjual *Seafood* di Kota Muaro Sijunjung bisa meningkatkan omset pendapatannya dari usaha jualan Seafood pada masa pandemi covid-19 dengan melakukan digitalisasi pemasaran dan penjualan *seafood* kepada para pelanggannya. Sehingga dengan dipasarkan secara online melalui media sosial dan pengantaran pesanan ke alamat

pemesan, menjadikan para konsumen tertarik untuk membeli *seafood* secara online tersebut. Hal itu terjadi karena pada saat covid-19 masyarakat dihantui rasa takut akan tertular virus covid-19 jika melakukan kontak dengan orang-orang yang ada di luar rumah.

Dalam situasi masyarakat ketakutan untuk keluar rumah untuk membeli makanan secara langsung ke warung makan atau seafood, maka dengan adanya penjualan seafood secara online dan diantarkan oleh ojek yang bekerjasama dengan pedagang seafood ke rumah konsumen, maka memudahkan masyarakat di Muaro Sijunjung untuk mendapatkan makanan, terutama pada sore hari sampai malam hari. Kemudahan-kemudahan konsumen dalam memesan makanan menjadikan penjualan dan pendapatan seafood menjadi meningkat dari hari-hari sebelum ada pandemi covid-19 di Indonesia dan khususnya di Kota Muaro Sijunjung.

5. PENUTUP

1. Kesimpulan

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia telah memberikan dampak langsung kepada perkembangan UMKM di Indonesia. Sebagian besar UMKM mengalami penurunan omset penjualan, bahkan ada yang gulung tikar. Akan tetapi ada juga sebagian UMKM yang stabil bahkan mengalami peningkatan omset penjualan. Ada beberapa cara dan strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk mempertahankan eksistensi usahanya dimasa pandemi Covid-19, yaitu (1) Melakukan penjualan secara online seperti melalui e-commerce. (2) Melakukan promosi produk dengan memanfaatkan internet dan

media sosial seperti facebook dan instagram. (3) Melakukan perbaikan kualitas produk dan pelayanan. (4) Customer Relationship Marketing(CRM) untuk menciptakan kepercayaan konsumen serta menumbuhkan loyalitas pelanggan. Saran Agar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu meningkatkan omset penjualan di masapandemi, maka diperlukan inovasi dankreativitas pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan produk-produknya, selain itu pelaku usaha diharapkan mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis di masa pandemi ini maupun dimasa yang akan datang, karena pelaku usaha yang dapat bertahan adalah pelaku usaha yang responsif terhadap perubahan sekitar dan mampu menyesuaikan diri dengan baik.

6. REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2021). Ekonomi Indonesia Triwulan I 2020 Tumbuh 2.97 Persen. Jakarta: Badan Pusat Statistik. URL: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/0/05/1736/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2020-tumbuh-297-persen.html>
- Chaerani, D., Talytha, M.N., Perdana, T., Rusyaman, E., Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, Vol.9 (No.4).
- Hardilawati, W.L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol.10 (No.1).
- Ihza, K.N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Studi Kasus Umkm Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1 (No.7).
- Kusumastuti, A.D. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Bisnis UMKM dalam mempertahankan Business Continuity Management (BCM). *eJurnal Administrasi Bisnis*, 1.8 (No.3).
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-commerce 2016: business. technology. society*. In Global Edition. www.pearsonglobaleditions.com
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, No.93. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Suryani E. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Umkm (Studi Kasus :Home Industri Klepon Di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1 (No.8).
- Susilo, A., Rumende, C.M., Pitoyo, C.W., Santoso, W.D., Yulianti, M., Herikurniawan., Sinto, Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E.J., Chen, L.K., Widhani, A. Wijaya, E., Wicaksana,B., Maksum, M., Annisa, F., Jasirwan, C.O.M.,Yunihastuti, E.,(2020).
- Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, Vol.7(No.1)