

---

**ANALISIS DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM  
(STUDI KASUS : HOME INDUSTRI KLEPON DI KOTA BARU DRIYOREJO)**

**Oleh**

**Evi Suryani**

**Program studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam  
Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya**

**Email: [suryaevi09@gmail.com](mailto:suryaevi09@gmail.com)**

**Abstrak**

Adanya pandemi covid-19 ini banyak sekali dampak yang dirasakan oleh pemerintah bahkan masyarakat kecil sekalipun. Salah satu dampak yang memiliki pengaruh yang sangat besar yakni masalah perekonomian. pertumbuhan ekonomi global juga menurun ditandai dengan PDB dunia yang menurun di angka 2%. Perekonomian Indonesia ke depan akan sangat bergantung pada proses penanganan pandemi ini. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana keadaan UMKM saat ini yang sedang mengalami resesi, dan bagaimana cara para pelaku UMKM untuk bisa mempertahankan usahanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode wawancara secara langsung dengan narasumber pihak pertama dan analisi SWOT. UMKM pada saat ini sangat berpengaruh besar pada masa pandemi agar bisa menstabilkan perekonomian.

**Kata Kunci: Dampak Pandemi, UMKM & Strategi Pengembangan**

**PENDAHULUAN**

Covid-19 adalah virus yang berasal dari Cina yang menyebar luas ke seluruh dunia dengan waktu yang cepat. Akibat penyebaran virus tersebut memberikan dampak besar bagi seluruh dunia. Di Indonesia dampak dari covid-19 berpengaruh pada beberapa sektor, mulai dari kesehatan, ekonomi, pendidikan dan masih banyak lagi sektor yang terdampak dari adanya covid-19. Menurut Febrantara (2020) dan OECD (2020), dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM dapat dilihat dari sisi penawaran dan sisi permintaan. Dari sisi penawaran, dengan adanya pandemi Covid-19, banyak UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja. Hal itu terjadi karena alasan menjaga kesehatan pekerja dan adanya pemberlakuan pembatasan sosial (social distancing). Kedua sebab tersebut berujung pada keengganan masyarakat untuk bekerja sementara waktu pandemi masih ada COVID-19. Pada sisi permintaan, berkurangnya permintaan akan barang dan jasa berdampak pada UKM tidak dapat berfungsi optimal yang berujung pada berkurangnya likuiditas perusahaan. Hal ini

menyebabkan masyarakat kehilangan pendapatan, karena UKM tidak berkemampuan membayar hak upah pekerja. Pada kondisi terburuk, pemutusan hubungan kerja terjadi secara sepihak, dalam (Sugiri, 2020).

Akibat pandemi COVID-19 juga dirasakan pada perekonomian sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Yang mana saat ini UMKM di Indonesia mengalami resesi karena melemahnya perekonomian. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah besar jika dilihat dari perspektif perkembangannya. UMKM terbukti tahan terhadap berbagai macam masalah pada krisis ekonomi. Sehingga kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok sebagai penguat. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah:

1. Livelhood Activities, adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan usaha membuat kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut

sektor informal. Seperti contoh pedagang kaki lima.

2. Micro Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang pelaku usahanya memiliki ketrampilan pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor dan sudah memiliki jiwa kewirausahaan.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB) dan memiliki jiwa usaha yang baik (Resalawati, 2011).

Oleh Kementerian Keuangan mengkaji bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, eksistensi UMKM, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, penurunan kinerja perusahaan (Santoso, 2020). Seperti salah satunya yang terjadi pada home industri klepon yang dimiliki oleh ibu Andri juga merasakan dampak dari adanya virus covid-19. Usaha klepon ibu Andri yang berdiri sejak tahun 2014 dengan modal awal Rp.200.000 untuk membeli bahan-bahan bisa menjadi 50 bungkus. Semakin berjalannya waktu usaha terus berkembang hingga setiap harinya bisa menjual kurang lebih sebanyak 100 bungkus. Apalagi pada saat bulan puasa penjualan meningkat 20%. Dengan modal alat pembuatan yang masih manual dan membutuhkan waktu yang lama dengan harga jual Rp.6.000.

seiring waktu, jajanan modern dengan penjualan dan promosi yang baik membuat persaingan pasar semakin ketat. Yang mana jajanan tradisional untuk saat ini sudah jarang dicari oleh masyarakat. Dan untuk saat ini dengan adanya pandemi berdampak pada UMKM yang ada di Indonesia salah satunya industri usaha ibu Andri. Yang mana sebelumnya dari faktor persaingan pasar usaha

klepon ibu Andri telah terjadi penurunan daya beli. Sehingga adanya dampak dari pandemi covid-19 ini membuat pendapatan usaha klepon menurun hingga 60%. Karena pada daerah driyorejo tempat ibu Andri jualan disitu banyak sekali warga yang terpapar virus covid-19 sehingga aktivitas masyarakat daerah sekitar tidak bisa sempurna. Jika dilihat dari klasifikasi UMKM usaha ibu Andri termasuk Livelihood Activities atau aktivitas kehidupan karena sistem penjualan ibu Andri dengan membuka stand digerobak dengan mulai jualan pada jam 15.00-21.00.

kesulitan yang dialami oleh UMKM selama pandemi itu terbagi dalam empat masalah:

1. Terjadi penurunan penjualan karena berkurangnya aktifitas masyarakat di luar sebagai pelaku konsumen.
2. Kesulitan dalam permodalan karena tingkat penjualan yang menurun sehingga perputaran modal yang sulit.
3. Adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu menjadi hambatan pada distribusi produk.
4. Karena menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain membuat UMKM kesulitan (Sugiri D. , 2020).

Untuk itu pemerintah membuat strategi dalam penanggulangan UMKM di Indonesia dari dampak pandemi covid-19 dengan memberikan bantuan kepada para pelaku usaha sebesar 2,4 juta. Supaya perekonomian di Indonesia bisa kembali stabil karena UMKM merupakan salah satu kontribusi terbesar pada perekonomian Indonesia. Akan tetapi banyak pengusaha yang kurang tau akan informasi tersebut seperti halnya yang dialami oleh ibu Andri, beliau ketinggalan informasi bantuan tersebut sehingga beliau tidak mendaftarkan usahanya.

Analisis SWOT dilakukan agar penulis bisa mengetahui keadaan yang terjadi pada usaha ibu Andri saat ini.

1. Strengths (kekuatan), tidak adanya pesaing karena dalam pembuatan makanan tradisional tidak semua orang bisa membuatnya.
2. Weaknesses (kelemahan), kelemahan dari usaha ini adalah dari sisi penjualannya dengan membuka stand sehingga hanya orang sekitar saja yang membeli, apabila dijual dengan sistem online juga kurang efektif karena harganya yang murah dan apabila dinaikkan harganya maka daya beli masyarakat akan turun.
3. Opportunities (peluang), peluang dari usaha klepon sangat sedikit karena jajanan tradisional sudah sedikit minat masyarakat untuk membeli.
4. Threats (ancaman), ancaman usaha ini sangat banyak karena daya beli masyarakat terus menurun, apalagi pada masa pandemi seperti ini.

### LANDASAN TEORI

Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Dalam Undang-Undang ini usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria Usaha Mikro.
2. Usaha Kecil merupakan usaha yang berdiri sendiri, atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dikelola oleh perorangan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar dan memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang tersebut.
3. Yang tercantum dalam undang-undang ini yang dimaksud usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang

berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan cabang perusahaan yang dimiliki, atau dikuasai, baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Sudati, 2019).

Sesuai penjelasan di atas maka UMKM adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh individu perorangan atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Adapun ciri-ciri UMKM adalah menggunakan teknologi sederhana atau maual sehingga mudah dilakukan alih teknologi, bahan baku mudah diperolehnya, memiliki keterampilan dasar umumnya didapat secara turun temurun, peluang pasar cukup luas, bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, sebagian besar produknya dipasarkan di pasar lokal atau domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk diekspor (Halim, 2020)

Pada Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c pengembangan dalam bidang sumber daya manusia dilakukan dengan cara:

- a. memberdayakan kewirausahaan
- b. meningkatkan keterampilan secara teknis agar suatu usaha bisa berkembang dengan baik.
- c. Membuat pelatihan tentang UMKM agar bisa motivasi kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru (Feni Dwi Anggraeni & Hayat, 2018)

dilihat dari karakteristiknya UMKM antara lain:

1. tidak adanya pembagian tugas yang jelas pada bidangnya, biasanya pemilik usaha merenangkap tugas dalam pengoperasian
2. rendahnya akses industri kepada kredit formal, sehingga modal usaha mereka kebanyakan murni dari modal pribadi maupun kerabat keluarga.

3. Usaha kecil sebagian besar belum mempunyai izin badan hukum.
4. UMKM sebagian besar bergerak pada usaha minuman, makanan dan tembakau (Hafni).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan disalah satu usaha home industri ibu Andri yang berada di Driyorejo Gresik. Dengan menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan bagaimana keadaan usaha ibu Andri dimasa pandemi ini dengan pendekatan analisis SWOT. Yang mana pada masa pandemi banyak usaha kecil yang mengalami penurunan pendapatan.

Untuk mendapatkan data primer kami melakukan wawancara dengan pelaku usaha. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui karya ilmiah dan juga jurnal yang ada pada webside resmi.

## HASIL PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu bangsa. Sehingga perlu dukungan dari berbagai kalangan seperti sumber daya manusia (SDM) sebagai pelaku penguat UMKM. Karena peran pentingnya tersebut pemerintah terus melakukan upaya mengembangkan UMKM.

Dengan analisis SWOT hasil pembahasan dari penelitian ini adalah agar bisa membuat strategi dalam mengembangkan suatu usaha:

1. Strengths (kekuatan), dengan tidak adanya pesaing pengusaha terus berinovasi seperti meningkatkan pelayanan usaha seperti pada segi kebersihan pada tempat usaha, paket kuliner, dan tata letak ruangan yang nyaman bagi penjual agar usahanya tidak kalah dalam persaingan pasar.
2. Weaknesses (kelemahan), penjualan yang dilakkan dengan sistem offline membuat pembeli tidak bisa berkembang, sehingga pengusaha

mengikuti pelatihan tentang inovasi usaha yang diadakan oleh pelaku usaha lain maupun pemerintah.

3. Opportunities (peluang), dengan minat pembeli yang semakin sedikit, maka pengusaha harus semakin aktif terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah maupun usaha kuliner yang lain.
4. Threats (ancaman), pendapatan yang terus menurun membuat modal tidak bisa berputar dengan baik dan bahan baku yang terus naik, sehingga pengusaha harus bisa mensiasati kabaikan bahan baku dengan bekerja sama dengan pengusaha kuliner lain untuk menjadi supplier bahan baku (Amin).

Jika dilihat dari hasil analisis SWOT diatas usaha ibu Andri harus terus melakukan inovasi baru agar tidak kalah bersaing dengan jajanan modern dan terus aktif mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah setempat maupun kelompok usaha lain agar jaringan usaha lebih luas.

Kebanyakan permasalahan yang dihadapi dalam UMKM adalah masalah permodalan. Sehingga, diperlukan cara lain supaya sektor UMKM lebih berkembang lagi, baik melalui aspek pemasaran maupun distribusi. Dari segi pemasaran, dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang sedang berkembang pesat saat ini. Dengan pengguna internet di Indonesia yang cukup pesat dari tahun ke tahun, penjualan produk secara online adalah salah satu cara yang baik untuk memasarkan produk UMKM (Permana, 2017). Akan tetapi pada masa pandemi covid-19 ini strategi pemasaran produk harus dilakukan secara online juga seperti halnya mendaftarkan UMKM ke situs Gofood maupun Grabgood. Karena sedikitnya aktivitas masyarakat diluar rumah para pengusaha harus membuat inovasi baru agar produknya bisa dinikmati oleh banyak orang dengan mematuhi protokol kesehatan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Pandemi covid-19 memiliki dampak besar diberbagai sektor di seluruh negara di dunia. Tidak hanya sektor kesehatan, sektor ekonomi, pendidikan, politik juga terdampak. Dan pada penelitian ini kami membahas UMKM yang mana UMKM merupakan salah satu penguat perekonomian di Indonesia. Untuk itu pemerintah membuat strategi dengan cara memberikan kontribusi kepada para pelaku usaha supaya UMKM bisa terus berjalan dan bisa menyabilkan perekonomian negara. Seperti yang terjadi pada usaha klepon ibu Andri terdampak dari adanya pandemi covid-19 pendapatan dari usaha beliau turun sebesar 60%.

### Saran

Sebaiknya ibu andri mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan pemerintah maupun pelaku usaha lain. Karena dengan mengikuti pelatihan akan menambah jaringan supaya usahanya bisa dikenal lebih banyak orang. Dan ibu Andri terus berinovasi supaya usahanya bisa dijual secara online. Karena dimasa pendemi ini banyak aktifitas orang-orang dilakukan secara online, mulai dari kerja, sekolah, hingga berbelanja

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amin, D. S. (n.d.). Pengembangan usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal ilmu ekonomi*, 9.
- [2] Feni Dwi Anggraeni, I. H., & Hayat, A. (2018). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (studi kasus pada kelompok usaha emping jagung di kelurahab pandanwangi kecamatan blimbing, kota malang) . *Jurnal adminitrasi publik*, 3.
- [3] Hafni, a. R. (n.d.). Analisis usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) terhadap penyerapan tenaga kerja di indonesia. 9.
- [4] Halim, a. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupatem mamuju. *Jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 7.
- [5] Permana, s. H. (2017). Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di indonesia. 6.
- [6] Resalawati, A. (2011). Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi. *skripsi*, 31.
- [7] Santoso, Y. I. (2020, April Selasa). menghitung dampak covid-19 terhadap dunia usaha hingga UMKM. Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/menghitung-dampak-covid-19-terhadap-dunia-usaha-hingga-umkm?page=all>
- [8] Sudati, H. E. (2019). UMKM Sebagai pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3-4.
- [9] Sugiri. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 3.
- [10] Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 4.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN