



ANALISIS PEMBERDAYAAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19

**Fristica Emiliani^{1*}, Sabilla Rizqiana², Ryan Suhandito³, Navira Nuraini Muchibbah⁴,
Risna Nurmahfidhoh⁵, Muhammad Alhada Fuadilah Habib⁶**

^{1,2,3,4,5}Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah
Tulungagung

⁶Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

*Corresponding Author Email: fristicae@gmail.com



Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: *UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan usaha (bisnis) yang umumnya dilakukan oleh masyarakat dalam skala rumah tangga. UMKM di Indonesia memiliki andil yang cukup besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, karena UMKM dapat membantu Indonesia ketika mengalami krisis ekonomi tahun 1998. Pandemi covid-19 yang dimulai dari tahun 2020 hingga 2021 ini, menjadi penyebab UMKM di berbagai daerah mengalami penurunan pendapatan. Pada masa pandemi covid-19 beberapa pengusaha UMKM yang mengalami penurunan penghasilan antara lain seperti pelaku bisnis pariwisata, transportasi atau pun kuliner. Pelaku UMKM pada masa pandemi covid-19 dapat memaksimalkan penjualannya menggunakan media online dan para pelanggan dapat menilai produk yang dibeli dengan cara memberikan bintang untuk meningkatkan penjualan agar dikenal masyarakat secara luas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat melalui UMKM yang tepat pada masa pandemi yaitu dengan mengembangkan produk melalui e-commerce, mempromosikan produk dengan pemasaran digital, mempertahankan Customer Relationship Marketing (CRM), dan memperbaiki kualitas dan pelayanan produk maupun jasa.*

Kata Kunci: *Pemberdayaan UMKM; Pandemi Covid-19; UMKM Pada Masa Pandemi.*

Abstract: *MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) are businesses (businesses) that are generally carried out by the community on a household scale. MSME in Indonesia have a significant role in improving the community's economy, because MSME can help Indonesia when it experienced the economic crisis in 1998. The COVID-19 pandemic, which started from 2020 to 2021, has caused MSME in various regions to experience a decline in income. During the COVID-19 pandemic, several MSME entrepreneurs experienced a decline in their income,*

such as tourism, transportation or culinary businesses. MSME actors during the COVID-19 pandemic can maximize their sales using online media, and customers can assess the products purchased by giving stars to increase sales so that they are widely known to the public. This study uses descriptive qualitative research methods with data collection techniques literature study. The results of this study indicate that the right strategy for community empowerment through MSME during the pandemic is to develop products through e-commerce, promote products with digital marketing, maintain Customer Relationship Marketing (CRM), and improve the quality and service of products and services.

Keywords: *MSME Empowerment; Covid-19 Pandemic; MSMEs During a Pandemic.*

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan yang membuat masyarakat berinisiatif untuk memulai kegiatan sosial dalam memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat bersifat inklusif, dalam arti lain turut melibatkan masyarakat sasaran program (Habib, 2021; Maryani & Nainggolan, 2019). Keberhasilan program pemberdayaan masyarakat tidak hanya bergantung pada pihak yang melakukan pemberdayaan, tetapi juga keaktifan dan partisipasi dari pihak yang diberdayakan (Maryani & Nainggolan, 2019). Tujuan dari pemberdayaan masyarakat yaitu untuk memperbaiki kelembagaan, usaha, pendapatan masyarakat, lingkungan, dan memperbaiki kehidupan masyarakat agar tercipta kehidupan yang lebih baik lagi.

Pembangunan Nasional meliputi seluruh aspek kehidupan bangsa yang diselenggarakan oleh pemerintah dan masyarakat melalui objek dan subjek pembangunan, pemerintah harus mengarahkan, melindungi dan menumbuhkan suasana yang menunjang (Hastuti, et al., 2020). Tujuan pembangunan nasional dapat dicapai dengan cara diadakannya kegiatan bersama antara pemerintah dan masyarakat untuk saling mengisi dan melengkapi (Nisa & Habib, 2020). Dalam mencapai tujuan tersebut maka dilakukan pembangunan pada segala bidang dengan menitikberatkan di bidang ekonomi, sejalan dengan kualitas sumber daya manusia yaitu pada aspek pemerataan, stabilitas, dan pertumbuhan (Hastuti, et al., 2020). Pertumbuhan ekonomi dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat dengan semakin tingginya partisipasi UMKM yang merupakan bagian integral dari dunia usaha nasional. UMKM adalah suatu kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat. UMKM berperan sangat penting dalam memajukan kesejahteraan masyarakat. UMKM dalam perekonomian perspektif global berperan sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Sejarah perekonomian bangsa Indonesia mengatakan bahwa banyak pihak yang mengakui keberadaan UMKM adalah

penopang perekonomian nasional (Afrizon, 2020). Terbukti saat bangsa Indonesia mengalami krisis moneter dan krisis ekonomi Tahun 1998, pelaku UMKM dapat bertahan dan menggerakkan ekonomi kerakyatan di Indonesia. UMKM juga berperan penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) di Indonesia dalam menghadapi Era Industri 4.0 (Afrizon, 2020).

Munculnya pandemi covid-19 menyebabkan dampak buruk bagi perekonomian negara, dan hanya sebagian kecil negara di dunia mampu bertahan. Secara global virus covid-19 berdampak pada berbagai sektor, terutama sektor ekonomi yang menyebabkan turunnya pendapatan pelaku ekonomi. Pandemi covid-19 di Indonesia pertama kali muncul pada 2 Maret 2020, saat dua orang tertular virus dari warga Negara Jepang (Rosita, Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, 2020). Pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi dengan Jawa Timur, DKI Jakarta dan Sulawesi Selatan sebagai provinsi paling terparah mulai bulan April (Rosita, Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, 2020). Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan dari sindrom pernapasan akut corona virus 2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau (SARS-CoV-2) (Amri, 2020). Ketika menyerang manusia, virus covid-19 akan menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, *MERS (Middle East Respiratory Syndrome)*, dan *SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome)*, covid-19 adalah virus jenis baru ditemukan di Wuhan, Hubei, China tahun 2019, maka dari itu virus jenis baru ini dinamai corona virus disease-2019 yang disingkat covid-19 (Amri, 2020). Terdapat dua cara untuk mengendalikan penularan covid-19 yaitu harus menjaga jarak, rajin mencuci tangan dengan sabun dan memperbanyak *wastafel portable* yang diadakan secara mandiri oleh masyarakat. Selain itu pemerintah juga menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta memberlakukan *stay at home* (Rosita, Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, 2020). Pandemi covid-19 memberikan dampak buruk bagi perekonomian Indonesia khususnya bagi pelaku UMKM. Berdasarkan data dari kementerian koperasi bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku UMKM terdampak pandemi virus covid-19 (Amri, 2020). UMKM rentan sekali terdampak, sebab langsung berhubungan dengan pariwisata, transportasi dan industri kuliner yang memerlukan *supplier* cepat (Hardilawati, 2020). Akibat pandemi ini, kegiatan ekonomi sudah hampir mati, karena banyak perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja, sehingga jumlah pengangguran bertambah (Handayani, Rahmi, & Fathoni, 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Studi pertama dilakukan oleh Rahmi Rosita pada tahun 2020 dengan nama Jurnal Lentera Bisnis volume 9, nomor 2 dengan judul Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. Secara ringkas menjelaskan mengenai proses pemberdayaan masyarakat melalui program UMKM yang terdampak covid-19. Sektor UMKM yang terdampak yaitu makanan, minuman, industri kreatif, dan pertanian (Rosita, Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, 2020). Penyebaran covid-19 menyebabkan banyak pelaku UMKM yang meliburkan karyawannya disebabkan penurunan omzet penjualan. *Work from home* atau dapat disingkat dengan *WFH* berpengaruh terhadap penurunan omzet. Banyak pelaku usaha UMKM yang mengalami penurunan pendapatan secara drastis akibat dari penerapan *physical distancing* serta penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Rosita, Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, 2020). Subjek dari penelitian tersebut yaitu pelaku UMKM yang terdampak covid-19 di Indonesia. Berdasarkan data dari kementerian koperasi menunjukkan bahwa sejumlah 163.713 pelaku UMKM terdampak pandemi covid-19 (Rosita, 2020).

Studi kedua dilakukan oleh Indah Andayani, Maria Veronika Roesminingsih, dan Wiwin Yulianingsih pada tahun 2021 dengan nama Jurnal Pendidikan Nonformal volume 16, nomor 1 dengan judul Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19. Studi ini secara ringkas menjelaskan tentang bagaimana cara untuk mendapatkan model pemberdayaan yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM pada masa pandemi covid-19. Upaya yang dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk mengurangi dampak dari permasalahan yang dialami saat pandemi covid-19 adalah dengan cara memanfaatkan pasar digital seperti halnya pemanfaatan aplikasi pemasaran *e-commerce* dan *digital marketing*, memperbaiki kualitas produk dan pelayanan serta pemanfaatan *customer relationship marketing* (Andayani, Roesminingsih, & Yulianingsih, Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19, 2021). Penggunaan aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM pada masa pandemi covid-19. Permasalahan ini diketahui dari proses wawancara yang dilakukan dengan mengunjungi tempat pelaku UMKM dan mewawancarai pengusaha UMKM tentang strategi yang ditempuh dalam meningkatkan omzet penjualan pada masa pandemi covid-19 (Andayani, Roesminingsih, & Yulianingsih, 2021).

Studi ketiga dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati pada tahun 2020 dengan nama Jurnal Akutansi dan Ekonomi volume 10, nomor 1 dengan judul Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 studi ini secara ringkas menjelaskan mengenai strategi bertahan

yang dapat dilakukan UMKM supaya mempertahankan bisnisnya, seperti halnya (Hardilawati, 2020):

1. Penjualan melalui *e-commerce*, karena masyarakat lebih banyak beralih berbelanja dengan sistem online.
2. Pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi digital (*digital marketing*) untuk menjangkau lebih banyak konsumen.
3. Melakukan perbaikan kualitas produk serta jenis layanan.
4. Melakukan pemasaran hubungan pelanggan (*customer relationship marketing*) untuk menciptakan kepercayaan konsumen serta menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Studi keempat dilakukan oleh Andi Amri pada tahun 2020 dengan nama Jurnal Band volume 2, nomor 1 dengan judul Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. Studi ini secara ringkas menjelaskan tentang penurunan omzet pelaku UMKM dan koperasi sejak kemunculan virus covid-19 pada akhir tahun 2019. Covid-19 menyebar sangat cepat sehingga menyebabkan perlambatan ekonomi global di dalam negeri, mulai dari harga minyak bumi dan bursa saham yang mengalami penurunan, dan harga komoditas lain seperti halnya gas dan minyak sawit diperkirakan juga akan mengalami penurunan apabila permintaan tidak segera pulih (Amri, 2020). Melakukan perubahan model bisnis dari konvensional menjadi digitalisasi, serta melaksanakan strategi digital dan sosial (Amri, 2020). Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan mewawancarai narasumber yaitu beberapa pelaku UMKM yang terdampak covid-19 .

Studi kelima yaitu oleh Tati Handayani, Mira Rahmi, dan Muhammad Anwar Fathoni pada tahun 2021 dengan nama Jurnal Ikraith-Abdimas volume 4, nomor 2 dengan judul Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Usaha Mikro Terdampak Covid-19 di Kelurahan Pangkalan Jati Jakarta Selatan. Studi ini secara singkat menjelaskan tentang upaya peningkatan pemahaman, keterampilan dan nilai tambah dari pemasaran produk UMKM yang terdampak pandemi Covid-19. Pertumbuhan ekonomi dapat meningkat apabila memiliki sistem informasi manajemen yang telah mengikuti perkembangan teknologi, manajemen pemasaran yang baik serta manajemen produksi barang yang terkelola (Handayani, Rahmi, & Fathoni, 2021). Sehingga diharapkan dapat meningkatkan hasil produksi dan penjualan menjadi lebih baik sekaligus dikenal oleh masyarakat luas melalui sistem digital marketing. Penelitian tersebut dilakukan secara online melalui WA dengan narasumber Ibu Ai Jamilah, beliau merupakan salah satu penjahit yang merasakan dampak dari pandemi Covid-19 (Handayani, Rahmi, & Fathoni, 2021).

Berdasarkan penelitian tersebut analisis pemberdayaan masyarakat melalui UMKM pada era pandemi covid-19 pada intinya bertujuan untuk menyusun strategi dalam memberdayakan para pelaku UMKM yang saat ini mengalami penurunan pendapatan secara signifikan. Pelaku UMKM diharapkan dapat bertahan dan meningkatkan pendapatan perekonomian di tengah pandemi covid-19.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan, merupakan suatu usaha dalam mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik atau permasalahan yang akan diteliti (Setiawan, 2021). Data dari penelitian ini diambil dari beberapa sumber seperti artikel yang diambil dari jurnal penelitian ilmiah, buku-buku ilmiah, website, ataupun *digital library*. Tujuan penulis menggunakan studi kepustakaan dalam penelitiannya yaitu untuk memperdalam suatu masalah yang diteliti dan untuk mengkaji hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Ciri-ciri dari penelitian dengan menggunakan metode studi pustaka yaitu datanya berupa teks, data siap pakai, dan data tersebut diperoleh dari tangan kedua bukan dari data asli atau observasi lapangan (Awwaabiin, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Covid terhadap UMKM

Pandemi ini juga berdampak luar biasa bagi perekonomian dunia dan negara terdampak, tidak terkecuali bagi bangsa Indonesia (Rosita, 2020). Setelah terpuruk akibat pembatasan wilayah untuk menekan penyebaran covid-19, negara Indonesia berharap bisa bangkit kembali agar aktivitas ekonomi bisa kembali pulih dan dapat tumbuh secara positif. Pandemi covid-19 menyebabkan krisis ekonomi di Indonesia dan juga pada negara berkembang yang dikategorikan miskin (Amri, 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yaitu mensejahterakan masyarakat di bidang ekonomi. Namun kondisi UMKM pada masa pandemi terus mengalami penurunan produksi maupun penurunan pendapatan. Datangnya virus covid-19 menyebabkan kegiatan para pelaku ekonomi menjadi terhambat dan tidak bisa berkembang. Akibatnya, para pengusaha UMKM yang meliburkan karyawannya disebabkan penurunan omzet penjualan (Amri, 2020). Hal ini mengakibatkan banyaknya pengangguran dan perubahan dalam perilaku masyarakat. Sebagian besar para pelaku memiliki kekurangan dalam hal pengetahuan konsumen tentang produk yang dihasilkan pada masa ini. Dengan adanya virus ini, pemerintah memberlakukan pembatasan aktifitas

masyarakat atau disebut PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) berpengaruh pada aktifitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian (Rosita, 2020).

Pelaku UMKM bersusah payah mencari pemasukan, sehingga mereka dipaksa harus mempunyai ide bisnis atau terobosan baru agar bisnis mereka tetap laku di tengah pandemi covid-19. Hal ini membuat para pelaku ekonomi bekerja secara maksimal supaya dapat menghidupi keluarganya. Pandemi covid-19 mengakibatkan keterbatasan interaksi antara manusia, maka *marketing digital* merupakan jalan alternatif untuk memasarkan hasil produksi (Rosita, 2020). Para pelaku UMKM terus bergerak untuk menghasilkan bisnis baru di tengah pandemi ini. Sementara itu sektor UMKM yang terdampak selama pandemi ini adalah makanan dan minuman (Andayani, Roesminingsih, & Yulianingsih, 2021). Adanya dampak pandemi ini memunculkan kesempatan bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi maupun komunikasi mengingat perdagangan elektronik saat ini sedang marak. Perdagangan UMKM melalui online juga memiliki banyak keuntungan yaitu (Rosita, 2020) :

- a. Mengurangi rasa lelah karena tidak perlu repot-repot mendatangi toko.
- b. Para pembeli tidak perlu menghabiskan waktu untuk antre.
- c. Dapat memilih dan membandingkan harga di beberapa toko online dengan cara yang cepat, hanya dengan satu klik saja.
- d. Tidak perlu repot untuk membawa kendaraan ataupun mencari angkutan umum.

Tentu hal ini mempermudah masyarakat di era milenial ini. Sedangkan cara untuk mempertahankan UMKM di era digital ini adalah (Rosita, 2020) :

- a. Membuat atau menciptakan produk-produk baru yang dapat menarik minat pelanggan.
- b. Membangun strategi agar produk UMKM tetap laku di pasaran.
- c. Mengembangkan cara agar strategi digital tetap dapat diminati para pelanggan.

Tetapi kekurangan dari perdagangan ini yaitu para pelaku ekonomi akan kesulitan dalam hal memperkenalkan dan mempromosikan produknya kepada masyarakat yang bertempat tinggal di pelosok. Mereka memiliki keterbatasan dalam penggunaan internet karena sulit untuk mendapatkan sinyal dari operator yang digunakan. Dengan terjadinya penurunan produksi dan pendapatan akibat pandemi ini, perlu perumusan kebijakan dan strategi dalam melindungi UMKM agar tetap bergerak maju meskipun di tengah pandemi covid-19.

Dampak Covid-19 di Indonesia

Munculnya virus corona (covid-19) telah menimbulkan situasi ekonomi di seluruh dunia memburuk dan menimbulkan kesengsaraan. Dampak virus covid-19 dirasakan oleh seluruh dunia baik dalam hal kesehatan maupun ekonomi. Tidak terkecuali negara ini juga ikut terimbas karena virus covid-19. Dalam beberapa bulan wabah ini sudah menjalar ke ratusan

negara. Awal mula wabah ini terjadi di Wuhan, China pada akhir Desember 2019 kemudian menyebar ke semua provinsi di sana (Junaedi & Salistia, 2020). Selang waktu 2 bulan, covid-19 telah menimbulkan ribuan kematian. Beberapa bulan kemudian wabah ini masuk ke Indonesia. Virus ini menyebar dengan sangat cepat yang mengakibatkan semua aktivitas masyarakat Indonesia terhalang.

Masyarakat Indonesia diharapkan untuk di rumah saja dan melakukan kegiatan apapun di rumah serta membatasi aktivitas di luar ruangan. Hal ini bertujuan agar virus cepat lenyap. Pemerintah negara Indonesia mencari cara dan strategi agar virus ini segera lenyap. Kerjasama juga dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan negara lain untuk menekan penyebaran covid-19. Dalam hal penanganan pandemi pemerintah Indonesia melakukan cara 3 M yaitu menjaga jarak, memakai masker dan mencuci tangan (Rosita, 2020). Selain itu kebijakan dari pemerintah yaitu menjaga jarak sosial sampai penutupan wilayah juga dilakukan. Pandemi global yang telah terjadi di Indonesia ini membuat banyak pihak harus berupaya untuk ikut berperan serta dalam mengatasinya, tidak hanya pemerintah saja tetapi seluruh masyarakat Indonesia.

Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui UMKM

Sejak pandemi melanda pada akhir bulan Desember pada tahun 2019 menuju 2020 menyebabkan masyarakat Indonesia kehilangan pekerjaan seperti di-PHK ataupun berhenti sebab anjuran dari pemerintah untuk tetap di dalam rumah. Karena hal ini juga menyebabkan tersendatnya sektor perekonomian, salah satunya dari sektor UMKM. UMKM sangat berpengaruh terhadap perekonomian, karena pada umumnya masyarakat Indonesia bekerja pada sektor ini. Semenjak adanya pandemi ini menyebabkan penurunan omzet yang didapatkan oleh para pelaku UMKM dan ada juga yang sampai menutup usahanya tersebut (Hardilawati, 2020). Penurunan omzet tersebut menurun disebabkan adanya larangan untuk beraktivitas di luar rumah, lalu kesulitan mencari bahan baku yang terhalang dengan adanya sistem PPKM yang diterapkan oleh pemerintah dan yang paling penting ialah sedikit lunturnya kepercayaan masyarakat kepada kebersihan sektor UMKM pada bidang kuliner (Hardilawati, 2020). Pada era pandemi seperti ini masyarakat tidak hanya menjaga jarak namun juga harus menjaga kesehatan, mulai dari makanan agar tetap mempunyai daya tahan tubuh yang baik. Namun tidak sedikit juga para pelaku UMKM yang sudah beradaptasi membuat usahanya masih berjalan dan bahkan sampai membuka cabang. Maka dari itu ada beberapa hal yang bisa dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM untuk tetap mempertahankan usahanya, dengan cara berikut (Hardilawati, 2020) :

1. Mengembangkan Produk Melalui *E-Commerce*

Pada era pandemi covid-19 terdapat beberapa UMKM yang mengalami penurunan omzet yang disebabkan karena masyarakat yang berdiam diri di rumah. *E-commerce* bisa menjadi salah satu harapan untuk tetap menjaga keberlangsungan usaha UMKM karena pada era ini banyak masyarakat yang sudah menggunakan *handphone* atau *gadget*. Pada revolusi industri 4.0 *e-commerce* menjadi salah satu cara untuk memperluas jaringan penjualan dari *gadget*. *E-commerce* yang singkatan dari *electronic commercial* adalah suatu cara jual beli melalui online atau elektronik. Salah satu contoh *e-commerce* yang bisa digunakan para pelaku UMKM salah satunya ialah Shopee dan Lazada (Hardilawati, 2020). Dengan *e-commerce* para pelaku usaha bisa mudah untuk berkomunikasi dengan para pemasok bahan baku, hubungan dengan pelanggan ataupun menganalisis apa yang sedang *trend* di pasar. *E-commerce* ini bisa bertujuan untuk memperluas jaringan bisnis, menaikan keuntungan dan memperluas pasar serta dapat meningkatkan konsumen baru. Dari *e-commerce* juga bisa memasarkan barang dagangan lebih efektif dan bisa melakukan observasi pada penjualannya agar lebih bisa mengembangkan bisnis kedepannya.

2. Mempromosikan Produk dengan *Digital Marketing*

Pada era pandemi covid-19 *digital marketing* sangat penting dilakukan karena adanya revolusi industri 4.0 yang setiap individu harus mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi. *Digital marketing* ialah cara promosi suatu produk yang menggunakan media online atau elektronik (Hardilawati, 2020). *Digital marketing* bisa menggunakan berbagai *e-commerce* seperti Shopee, Lazada maupun Go-Jek dan bisa menggunakan sosial media seperti *Instagram*, *WhatsApp* maupun *Facebook*. Pelaku UMKM dapat mempromosikan produknya melalui sosial media dengan menggunakan sebuah video agar masyarakat luas dapat mengetahui produk yang dipasarkan. Kemudian memanfaatkan sebuah iklan pada aplikasi untuk mempromosikan produk tersebut seperti pada *facebook ads* ataupun yang lainnya. Bisa juga melakukan sebuah *live* produk pada akun sosial media perusahaan tersebut.

3. Mempertahankan *Customer Relationship Marketing (CRM)*

Setidaknya pada era pandemi covid-19 ini para pelaku UMKM tidak hanya berfokus pada sisi *marketing* ataupun pemasarannya saja, namun juga harus berfokus pada kepuasan pelanggan yang bisa menimbulkan loyalitas pelanggan terhadap produk yang dijual. *CRM* ialah sebuah proses dari perusahaan untuk melakukan pemasaran dalam hubungan jangka panjang dengan para pelanggan. *CRM* juga saling menguntungkan pada penyedia jasa yang

dapat membangun transaksi secara berulang dan menciptakan kelayaitasan pelanggan (Hardilawati, 2020).

Dengan adanya strategi pemasaran seperti ini para pelaku usaha bisa menerapkannya dengan cara memberi promo, diskon ataupun gratis ongkir pada pelanggan agar bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan pada usaha tersebut, bisa juga memberi sedikit keuntungan pada yang membutuhkan seperti mengadakan acara membagikan sembako atau nasi kotak di sekitar tempat usaha. Dengan adanya ini pelanggan bisa melihat kepedulian pelaku usaha tersebut terhadap sesama dan bisa menimbulkan kelayaitasan yang tinggi terhadap usaha UMKM tersebut.

4. Memperbaiki Kualitas dan Pelayanan Produk Maupun Jasa

Dengan adanya pandemi covid-19 ini para pelanggan menjadi lebih hati-hati untuk menggunakan jasa atau produk dari UMKM karena khawatir tertipu dari pelaku usaha tersebut. Pelaku UMKM dapat memperbaiki kualitas dan juga pelayanan pada pelanggan agar terciptanya rasa kepercayaan pada produk ataupun jasa yang diberikan. Memperbaiki kualitas produk maupun jasa bisa berbentuk menjaga ketahanan dan keamanan produk yang diperjual belikan dengan cara mengontrol setiap produk terutama pada bidang kesehatan. Kemudian bisa menambah kekuatan dalam kemasan agar produk yang dijual bisa awet dan tahan lama dalam masa pengiriman, hingga sampai pada pelanggan dengan keadaan yang sesuai diharapkan. Selanjutnya memperbaiki pelayanan pada pandemi seperti ini bisa berbentuk menambah pelayanan pengantaran melalui jasa transportasi seperti Go-jek dan Grab yang sudah dijamin keamanan dan kebersihannya (Hardilawati, 2020). Masyarakat masih ada yang belum bisa percaya sepenuhnya, namun dari pihak pelaku usaha bisa memastikan bahwa kebersihan dan keamanan produk tersebut bisa sampai dengan selamat. Sebab dalam era pandemi seperti ini kepercayaan pelanggan menjadi alasan utama tetap berjalannya usaha tersebut.

KESIMPULAN

Munculnya virus corona (covid-19) telah menimbulkan kekacauan ekonomi dunia dan menimbulkan kesengsaraan. Dampak virus covid-19 ini dirasakan oleh seluruh dunia baik dalam hal kesehatan maupun ekonomi. Dalam menangani pandemi pemerintah Indonesia melakukan cara 3M, yaitu menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan. Pemerintah memberlakukan kebijakan yaitu menjaga jarak sosial sampai penutupan wilayah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran mensejahterakan masyarakat di bidang

ekonomi. Namun kondisi UMKM pada masa pandemi terus mengalami penurunan produksi maupun penurunan pendapatan. Hal ini membuat para pelaku ekonomi bekerja secara maksimal agar tetap mampu menghidupi keluarganya. Adanya covid-19 membuat dibatasinya interaksi antara manusia yang mengakibatkan marketing digital menjadi salah satu alternatifnya. Hasil produksi dari UMKM tidak sebanyak sebelum adanya pandemi. Perdagangan UMKM memiliki beberapa kekurangan yaitu pelaku UMKM akan kesulitan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produknya kepada masyarakat yang bertempat tinggal di pelosok. Mereka memiliki keterbatasan dalam penggunaan internet karena kesulitan mendapatkan sinyal.

Semenjak adanya pandemi ini menyebabkan penurunan omset yang didapatkan oleh para pelaku UMKM dan ada juga yang sampai menutup usahanya tersebut. Penurunan omzet disebabkan karena adanya larangan untuk beraktivitas di luar rumah, dan dengan adanya sistem PPKM membuat masyarakat menjadi kesulitan mencari bahan baku, yang paling penting ialah kepercayaan masyarakat sedikit menurun kepada kehegemonian sektor UMKM pada bidang kuliner. Oleh sebab itu, strategi yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk tetap bertahan adalah dengan mengembangkan produk melalui *e-commerce*, mempromosikan produk dengan *digital marketing*, mempertahankan *customer relationship marketing (CRM)* dan memperbaiki kualitas dan pelayanan terhadap produk maupun jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizon, H. (2020, Oktober 1). *Pemberdayaan IKM/UMKM Terhadap Pandemi Covid-19 Oleh Pemerintah Daerah*. Retrieved Oktober 24, 2021, from Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Riau: <https://dispkh.riau.go.id/post/21/pemberdayaan-ikm-umkm-terhadap-pandemi-covid-19-oleh-pemerintah-daerah>.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123-130. Retrieved from <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>.
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021, Maret). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12-20.
- Awwaabiin, S. (2021, Juni 7). *Studi Literatur : Pengertian, Ciri-Ciri, dan Teknik Pengumpulan Datanya*. Retrieved Oktober 23, 2021, from Penerbit Deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/studi-literatur>.

- Habib, M. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 106-134. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>.
- Handayani, T., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021). Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Usaha Mikro Terdampak Covid-19 di Kelurahan Pangkalan Jati Jakarta Selatan. *Jurnal Ikraith-Abdimas*, 4(2), Juli.
- Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akutansi & Ekonomika*, 10(1), 1-10. Retrieved from <http://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae>.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan UMKM*. Medan: Yayasan Kita menulis.
- Junaedi, D., & Salistia, F. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak. *Jurnal Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2(1), 1-19. Retrieved from <https://jurnal.bppk.kemenkeu.go.id/snkn/article/view/600/323>.
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat*. Sleman: CV Budi Utama.
- Nisa, K. K., & Habib, M. A. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di TBBM Pertamina Rewulu sebagai Bentuk Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Sosiologi*, 65-72.
- Rosita, R. (2020, November). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109-120.
- Setiawan, S. (2021, September 22). *Studi kepustakaan*. Retrieved Oktober 23, 2021, from Guru Pendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id/studi-kepustakaan/>.