



Journal of Government and Politics (JGOP) ISSN:2686-3391
Vol. 3 No. 1 Juli 2021

Journal of Government and Politics (JGOP)

<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jsip>



Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia

¹Wilfarda Charismanur Anggraeni, ²Wulan Puspita Ningtiyas, ³Nurdiyah
Mufidatul Alimah
^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Malang

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima: **13-06-2021**
Disetujui: **19-07-2021**
Dipublikasikan : **27-07-2021**

Kata Kunci :
Kebijakan; Kinerja;
Ombudsman

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan pemerintah dalam memperkuat UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memetakan kebijakan pemerintah dalam memperkuat UMKM tersebut serta memetakan strategi pemerintah apa yang di perlukan sebagai pelengkap kebijakan tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode literature review dari berbagai sumber yang terkait dengan kebijakan pemerintah dalam menangani UMKM di masa pandemi Covid-19. Hasil tinjauan pustaka ini memperlihatkan bahwa pemerintah telah mengeluarkan kebijakan dalam rangka memperdayakan UMKM dalam situasi pandemi Covid-19. Terdapat beberapa skema perlindungan UMKM yang di lakukan pemerintah yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku UMKM miskin dan rentan (b) intensif pajak bagi UMKM (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM (d) Perluasan Pembiayaan Model Kerja UMKM (e) Penyediaan Penyangga Produk. Untuk mendukung kebijakan pemerintah, beberapa strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang perlu di pertimbangkan pemerintah. Strategi jangka pendek berkaitan dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat, member peluang dan dorongan layanan digital sebagai pendukung UMKM, sosialisasi asosiasi pelaku usaha, penyederhanaan proses administrasi, serta upaya mendorong perubahan strategi bisnis. Strategi jangka panjang berkaitan dengan upaya menyiapkan peta jalan pengembangan UMKM, membangun teknologi digital sebagai *platform* dalam proses bisnis UMKM, pengembangan model bisnis UMKM yang modern, serta mendorong kolaborasi pemerintah dengan korporasi dalam memberdayakan UMKM.

Government Policy in Empowering SMEs during the Covid-19 Pandemic in Indonesia

Abstract

This article aims to find out government policies in strengthening SMEs during the Covid-19 pandemic in Indonesia. This is done to map government policies in strengthening these SMEs and map what government strategies are needed to complement these policies. The research method used in writing this article is the literature review method from various sources related to government policies in dealing with SMEs during the Covid-19 pandemic. The results of this literature review show that the government has issued a policy in order to empower SMEs in a covid-19 pandemic situation. There are several SMEs protection schemes implemented by the government, namely (a) providing social assistance to poor and vulnerable SMEs actors (b) tax intensive for SMEs (c) relaxation and credit restructuring for SMEs (d) Expansion of SMEs Working Model Financing (e) Provision of Product Support. To support government policy, several short-term strategies and long-term strategies need to be considered by the government. The short-term strategy is related to implementing strict health protocols, providing opportunities and encouraging digital services to support SMEs, socializing business associations, simplifying administrative processes, and encouraging changes in business strategies. The long-term strategy is related to efforts to prepare a roadmap for developing SMEs, building digital technology as a platform for SMEs business processes, developing modern SMEs business models, and encouraging collaboration between the government and corporations in empowering SMEs.

2021 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik_Ummat

*Alamat Korespondensi:

¹ Wilfridacharismanur06244@gmail.com

² Wulanuspita0206@gmail.com

³ 100nurafida@gmail.com

PENDAHULUAN

Diawal tahun 2020 ini, serangan wabah Covid-19 yang terjadi secara global hampir di seluruh dunia termasuk di Indonesia telah memicu sentiment negatif terhadap berbagai lini bisnis khususnya bisnis UMKM. Dampak negatif akibat wabah Covid-19 ini menghambat pertumbuhan bisnis UMKM, di mana pergerakan bisnis UMKM yang memerlukan ruang pameran atau promosi terhalang dengan adanya gerakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dianggap mampu mempercepat penanggulangan dan pencegahan penyebaran Covid-19 yang semakin meluas di Indonesia.

Selain itu, indikator keberhasilan sebuah daerah atau wilayah salah satunya adalah dari sisi ekonomi, kemudian pertumbuhan ekonomi akan terlihat dari meningkatnya jumlah intrepeneur yang awalnya bermula dari tingkatan usaha mikro dan kecil yang terus berkembang menjadi usaha besar. Karena adanya Covid-19 UMKM merupakan sektor yang paling terpuruk, menyatakan bahwa terdapat sekitar 96% UMKM yang mengalami dampak negatif pada bisnisnya dan 75% diantaranya mengalami penurunan terhadap penjualan produknya (Nofianti, 2020). Tidak lain permasalahan utama yang dihadapi UMKM ialah tidak lain karena turunnya permintaan dari masyarakat atau konsumen secara signifikan.

Amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi usaha mikro, kecil dan menengah serta Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah. Untuk itu perlu diberdayakan sebagai bagian internal ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategi guna mewujudkan struktur perekonomian nasional yang diharapkan bisa tumbuh semakin maju, berkembang dan berkeadilan.

Mengutip dari data Kementerian Koperasi dan UKM RI bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia pada tahun 2017, sementara itu usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha mikro mampu menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%). Sementara itu Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%) dan jumlah Usaha Menengah sebesar 3,73 juta (3,11%). Sementara untuk Usaha Besar menyerap tenaga kerja sekitar 3,58 juta jiwa dapat dimaknai bahwa secara gabungan jumlah UMKM di Indonesia menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, Usaha Besar menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional. (Marlinah, 2020b)

Selain itu, Pusat Penelitian Ekonomi LIPI (P2E LIPI) telah memprediksi bahwa salah satu sektor pariwisata yang paling berdampak yaitu UMKM terutama pada bidang makanan minuman sebesar 27% dan kerajinan sebesar 17,03%. Berdasarkan data dari BPJS (Badan Pusat Statistik) PDB ekonomi Indonesia pada triwulan 1 tahun 2020 sebesar 2,97% yang berarti melambat dibandingkan tahun 2019 triwulan 1 mencapai 5,07, angka tersebut merupakan pertumbuhan yang paling rendah sejak 2001.

Dampak ekonomi akibat Covid-19 dirasakan oleh sektor UMKM, hal ini dikarenakan UMKM menempati posisi yang strategis dalam perekonomian secara umum dan perekonomian nasional yang dapat dilihat dari penyerapan tenaga kerja (Abidin, 2015). Usaha kecil termasuk paling terpukul oleh krisis Covid-19, banyak yang menutup usaha sementara waktu dan lebih jauh lagi menghadapi kendala arus kas (Baker & Judge, 2020).

Dalam teori Ife sebagaimana ditulis oleh Suharto menjelaskan bahwa pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kekuasaan orang-orang yang lemah dan tidak beruntung. Selanjutnya dalam teori Parsons sebagaimana ditulis oleh Suharto menjelaskan bahwa pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang yang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap, kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya.

Sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta dengan PP No. 13 Tahun 2013 mengenai pelaksanaan UU No. 20 tahun 2008 maka pemerintah membuat kebijakan mengenai program-program pemberdayaan UMKM. Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM adalah pemerintah memberikan izin usaha bagi para pelaku usaha untuk menjalankan suatu kegiatan usaha tertentu, pengembangan usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, bantuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing usaha, adanya koordinasi dan pengendalian dari pemerintah.

Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan dalam rangka memperdayakan UMKM dalam situasi pandemi Covid-19. Terdapat beberapa skema perlindungan UMKM yang dilakukan pemerintah yaitu (a) pemberian bantuan social kepada pelaku UMKM miskin dan rentan, (b) insentif pajak bagi UMKM, (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM, (d) menempatkan kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM, dan (e) pelatihan secara *e-learning*.

Pada tahun 2020 lalu Pemerintah terus berupaya agar UMKM dapat menopang sendi ekonomi, memperkuat, dan dapat mendominasi perekonomian Indonesia. Seperti pada tahun 2020 lalu pemerintah terus menggenjot dan mendukung UMKM dengan melalui proram Ok Oce (*One Center of Enterpreunership*) yang mana program ini ialah program pemerintah provinsi DKI Jakarta yang digagas oleh Pak Sandiaga Uno dan Anies Baswedan, tujuannya ialah untuk melakukan pembinaan kewirausahaan terhadap pelaku usaha mikro, kecil, menengah dibawah Sudin Koperasi dan UMKM. Dengan target menumbuhkan demangat kewirausahaan dan meningkatkan kinerja UMKM. Program Pemerintah DKI Jakarta lainnya yakni Jak Preuner yang diharapkan mampu menjadi *platform* kreasi, fasiltasi, dan kolaborasi pengembangan UMKM melalui ekosistem kewirausahaan, seperti institusi pendidikan, pembiayaan.

Untuk mendukung kebijakan pemerintah, beberapa strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang perlu dipertimbangkan oleh pemerintah. Strategi jangka pendek berkaitan dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat, member peluang dan dorongan layanan digital sebagai pendukung UMKM, sosialisasi asosiasi pelaku usaha, penyederhanaan proses administrasi, serta upaya mendorong perubahan strategi bisnis. Strategi jangka panjang berkaitan dengan upaya menyiapkan peta jalan pengembangan UMKM, membangun teknologi digital sebagai *platform* dalam proses bisnis UMKM, pengembangan model bisnis UMKM yang modern, serta mendorong kolaborasi pemerintah dengan korporasi dalam memberdayakan UMKM.

Mengenai kebijakan pemerintahan dalam pemberdayaan UMKM yang dibahas oleh peneliti ini, sudah pernah diteliti sebelumnya oleh (Aliyani Firdaus et al., 2020) dengan penelitiannya yang berjudul “Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat *New Normal*”. Penelitian tersebut menekankan strategi dari kebijakan pemberdayaan UMKM melalui *digital marketing* dan *e-commerce* yang berguna untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi Covid-19. Kemudian (Sugiri, 2020) dengan penelitiannya yang berjudul “Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19”. Penelitian tersebut bertujuan mendeskripsikan mengenai pemetaan kebijakan serta strategi pemerintah dalam memperkuat UMKM.

Peneliti (Susanna, 2020) dengan judul jurnal When will the COVID-19 Pandemic in Indonesia End? Menyatakan bahwa meningkatnya jumlah kasus dan dampak pandemi covid-19 terhadap aspek politik, sosial, maupun ekonomi, social budaya, pertahanan dan keamanan,

serta kesejahteraan masyarakat di Indonesia ini diperlukan percepatan penanganan covid-19 dalam bentuk restriktif namun juga harus tepat sasaran, mengingat telah lebih dari satu tahun pandemi covid-19 sendiri melanda dunia. Penelitian kami ingin menggali bagaimanakah strategi yang dilakukan pemerintah dalam menangani pertumbuhan ekonomi melalui strategi pengembangan UMKM yang ada.

Peneliti (Sugiri, 2020) dengan judul jurnal Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19 memaparkan hasil penelitian berupa pemetaan kebijakan pemerintah dalam memperkuat UMKM serta memetakan strategi jangka pendek dan jangka panjang yang diperlukan sebagai pelengkap kebijakan tersebut. Adanya strategi jangka pendek dan jangka panjang tersebut untuk menjaga keseimbangan UMKM sebagai salah satu pelaku perekonomian Indonesia. Sedikit berbeda dengan penelitian yang ingin kami tinjau yaitu apakah ada cara lain untuk menjaga perekonomian masyarakat di masa pandemi Covid-19 dengan cara teknologi informasi atau teknologi digital.

Didukung dengan peneliti (Aryani and Yogyakarta, 2020) dengan judul jurnal Optimalisasi *Creative Digital Marketing* dan *E-Commerce* Sebagai Strategi Bisnis Bagi Pelaku UMKM Terdampak Covid-19. Hasil jurnal Alifia Friska Aryani memaparkan untuk terus menghidupkan sektor ekonomi di suatu negara pada saat krisis seperti ini adalah dengan mengoptimalkan peran UMKM melalui pemanfaatan *digital marketing* dan *e-commerce*. Begitupun dengan penelitian yang kami lakukan, namun terdapat beberapa perbedaan yaitu kemungkinan besar masih adanya standaritas dalam mengoptimalkan UMKM melalui *digital marketing* dan *e-commerce*.

Selain itu, peneliti (McKibbin and Fernando, 2020) dengan judul jurnal Dampak Ekonomi Makro Global Covid-19: Tujuh Skenario. Hasil penelitian ini memaparkan bahwa wabah yang diatasi berdampak signifikan terhadap ekonomi global dalam jangka pendek. Tentang bagaimana perkembangan di tahun mendatang menggunakan teknik pemodelan yang dikembangkan oleh Lee dan McKibbin (2003) dan diperpanjang oleh McKibbin dan Sidorenko (2006). Skenario menunjukkan skala biaya yang dapat dihindari dengan investasi yang lebih besar dalam sistem kesehatan masyarakat di semua negara tetapi tetapi di negara yang kurang berkembang di mana sistem perawatan kesehatan kurang berkembang dan kepadatan penduduk tertinggi. Berbeda dengan penelitian yang kami lakukan yaitu lebih berfokus pada salah satu kebijakan pemerintah dalam jangka pendek yaitu penyederhanaan proses administrasi dan devisa negara. Di mana setidaknya pemerintah bekerjasama dengan

pihak tertentu untuk memberikan pinjaman dana kepada negara yang sangat membutuhkan sebagai investasi kesehatan.

Kemudian jurnal lain di tulis oleh (Thaha, 2020) membahas tentang dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. Dampak wabah Covid-19 kepada perekonomian dialami oleh seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia yang mengalami dampak perekonomian yang sangat besar. UMKM dalam hal ini menjadi bagian yang sangat terpukul dan terdampak dalam krisis ini, memperhatikan kontribusi UMKM terhadap jumlah unit usaha, sumbangan PDB, serapan tenaga kerja, ekspor dan investasi terhadap perekonomian Indonesia yang sangat besar dan signifikan, maka menjadi perhatian penting bagi pemerintah untuk membantu dalam memulihkan dan membangkitkan UMKM di Indonesia dengan berbagai bantuan dan kebijakan pemerintah yang dapat mendukung bisnis UMKM. Perbedaannya dengan penelitian kami yaitu kebijakan pemerintah berfokus pada bantuan kesejahteraan bagi rakyat yang terdampak dan melakukan pemulihan perekonomian UMKM yang penghasilannya menurun.

Jurnal serupa juga di tulis oleh (Aliyani Firdaus *et al.*, 2020) membahas tentang Strategi UMKM untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi Covid-19 pada saat *new normal*. Pandemi Covid-19 memberikan dampak begitu besar bagi UMKM khususnya saat adanya kebijakan PSBB. Penjualan yang menurun drastis, sulit memasarkan produk, terjadi masalah pada pendanaan atau permodalan, kegiatan produksi dan distribusi mengalami penurunan, serta kesulitan mendapat bahan baku merupakan dampak yang di alami oleh pelaku usaha. Strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha antara lain melayani konsumen melalui *platform* online, meningkatkan *total quality management* terkait higienitas, serta perubahan metode bisnis sementara agar laporan keuangan tetap positif. Selain itu pemerintah memberikan bantuan sosial dan insentif pajak, restrukturisasi dan relaksasi kredit, serta perluasan pembiayaan modal bagi UMKM. Perbedaannya dengan penelitian kami yaitu kami mengoptimalkan UMKM melalui *digital marketing* dan *e-commerce* agar tetap menstabilkan pendapatan di pandemi ini.

Jurnal lain juga di tulis oleh (Sohail *et al.*, 2020) membahas tentang Dampak Pandemi Covid-19 Pada Operasi Perusahaan Kecil Dan Menengah Di Pakistan. Pandemi Covid -19 telah sangat mempengaruhi perekonomian Pakistan sebagian besar perusahaan menghadapi penurunan permintaan, penjualan, dan margin keuntungan serta menghadapi masalah keuangan dan distribusi rantai pasokan. Selain itu, lebih dari 80% perusahaan tidak memiliki ukuran keselamatan terencana yang tepat untuk melawan keadaan kritis seperti itu. Sebagian

besar responden mengatakan bahwa mereka akan terpaksa mengakhiri bisnis mereka jika penutupan perusahaan berlangsung lebih dari tiga bulan. Perbedaannya dengan penelitian kami yaitu Pemerintah memberi kebijakan dalam membantu para UMKM untuk pemulihan perekonomian dalam masa pandemi dengan cara melalui pengoptimalisasikan UMKM melalui *digital marketing* dan *e-commerce*.

Peneliti lain yakni (Marlinah, 2020a) dalam jurnalnya yang berjudul Peluang dan tantangan UMKM dalam Upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid-19 mengungkapkan bahwa pandemi Covid-19 membawa dampak yang sangat signifikan bagi seluruh kehidupan masyarakat, terlebih bagi para pelaku usaha dan bisnis koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah yang perputaran ekonominya bergantung pada perputaran barang jasa yang saat ini mengalami keterbatasan perputaran. Yang tentu hal tersebut berakibat juga pada seluruh elemen ekosistem UMKM dan keberlanjutan segala usaha, menurunnya daya beli serta menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sehingga Pemerintah melalui Kementrian Koperasi dan menengah memberikan dukungan dan juga saran untuk penggunaan sistem perdagangan atau *e-commerce* sebagai salah satu solusi bagi pelaku usaha UMKM. Dimana segala bentuk kebijakan pemerintah yang dikeluarkan juga harus terus dievaluasi mengenai tantangan dan keuntungan bagi seluruh pelaku yang menggunakan sistem *e-commerce* tersebut.

Sedangkan penelitian yang dibahas oleh peneliti saat ini lebih menekankan kebijakan pemberdayaan pemerintah terhadap UMKM di Indonesia seperti apa yang relevan dan dibutuhkan oleh masyarakat di masa pandemi Covid-19. Karena dalam penelitian terdahulu masih belum ada pembahasan mengenai inovasi pemberdayaan yang dikaitkan dengan teknologi yaitu menggunakan *digital marketing* atau *e-commerce*. Hal ini dikarenakan fenomena pandemi Covid-19 yang tengah terjadi di masyarakat mengubah pola pikir dan keadaan yang tidak stabil untuk mencukupi kebutuhan prima keluarga. Untuk itu peneliti merasa penting melakukan penelitian ini yang nantinya diharapkan dapat memberikan masukan kepada aparat pemerintah dalam pemberdayaan UMKM. Selain itu, peneliti juga ingin menilai apakah dengan adanya inovasi kebijakan pemberdayaan UMKM berupa *digital marketing* dan *e-commerce* dapat memberikan *effect* yang maksimal kepada perekonomian masyarakat saat ini dan masa selanjutnya.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang kemudian dituangkan kedalam penelitian ini dengan judul “Kebijakan Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia.”

METODE PENELITIAN

Pada jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi literatur dengan mencari berbagai referensi teori yang memiliki relevansi kasus atau permasalahan yang ditemukan dan memiliki kesamaan. Dimana penelitian ini mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena dan kejadian-kejadian yang ada di lapangan mengenai bagaimana kebijakan pemerintah dalam memperkuat UMKM di masa pandemi covid-19 di Indonesia.

Sumber data penelitian terdiri atas sumber data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data sekunder ini dapat berupa buku, laporan, dan hasil dari penelitian terdahulu yang memiliki permasalahan yang sama. Dalam penelitian ini data sekunder didapat peneliti dari studi kepustakaan dengan bantuan media cetak dan media internet berupa jurnal. Teknik pengumpulan data menggunakan studi literatur yang merupakan cara yang dipakai peneliti untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang memiliki relasi atau hubungan dengan topik yang diangkat dalam sebuah penelitian. Studi literature dapat diperoleh dari berbagai sumber jurnal, buku dokumentasi, internet, berita, pustaka.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan, mengkaji dan mendeskripsikan semua gejala-gejala yang terjadi akibat Covid-19 dan efeknya terhadap bisnis UMKM.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan analisa atau interpretasi bahan tertulis atau referensi untuk mendapatkan gambaran tentang obyek yang diteliti berupa jurnal yang dipublikasikan terkait pemulihan ekonomi terhadap UMKM di masa pandemi Covid-19 dengan cara mengumpulkan dan membandingkan informasi atau data yang diperoleh sehingga memberikan keterangan yang benar dan jelas tentang permasalahan yang sedang peneliti lakukan.

Selain itu, peneliti juga menggunakan studi kepustakaan dengan cara metodologi studi pustaka yakni melakukan pencarian dan mengumpulkan berbagai informasi dan keterangan

yang dibutuhkan dari berbagai media yang bersifat kepustakaan. Berbagai media tersebut berupa jurnal nasional dan internasional serta artikel atau berita online sebagai pendukung tersusunnya penulisan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM

Pertama, penjualan menurun drastis akibat adanya PSBB yang diterapkan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Pada situasi ini terdapat sekitar 37.000 UMKM melapor pada *hotline call center* Kemenkop UMKM yang terdampak adanya pandemi ini, 56% dari pelaku usaha UMKM mengeluhkan penurunan penjualan yang signifikan, penjualan UMKM yang menurun diikuti dengan adanya pemberlakuan PSBB selama beberapa bulan terakhir. Masyarakat diharuskan bekerja, beribadah, dan belajar dari rumah menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Aktivitas UMKM yang setiap harinya bersinggungan langsung dengan konsumen untuk menawarkan produknya menjadi berkurang dikarenakan masyarakat diharuskan tetap berada di rumah untuk mematuhi protokol kesehatan. Pergeseran pola konsumsi masyarakat menyebabkan turunnya penjualan, saat ini masyarakat lebih memilih untuk memprioritaskan kebutuhan pada makanan dan yang berkaitan dengan alat kesehatan dari pada membeli kebutuhan lainnya yang dinilai kurang penting dan bukan merupakan kebutuhan utama untuk menghadapi kondisi saat ini.

Kedua, Strategi Pemasaran pada UMKM terbilang sulit pada kondisi pandemi saat ini. Karena ditengah wabah pandemi Covid-19 UMKM dituntut untuk mengganti strategi pemasarannya dari offline menjadi online agar tetap dapat mempertahankan perekonomiannya. Pandemi Covid-19 mengakibatkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen, meskipun beberapa pelaku usaha UMKM juga menyediakan secara online namun tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak konsumen yang lebih senang berbelanja secara offline. Sehingga karena adanya pembatasan sosial maka masyarakat cenderung mengurangi aktivitas diluaran rumah, pelaku UMKM yang memperdagangkan produknya secara offline harus ikut merasakan dampak akibat pemasarannya berkurang.

Ketiga, pendanaan atau permodalan. Selama pandemi Covid-19 UMKM mengalami kendala berupa permodalan, hal tersebut dikarenakan kredit usaha yang diambil pelaku UMKM mengalami kemacetan sehingga dibutuhkan suntikan dan bantuan terkait permodalan. UMKM mengalami penurunan kinerja dari sisi permintaan sehingga dampak yang terjadi

adalah pemutusan hubungan kerja dan juga kemacetan pembayaran kredit semenjak terjadinya wabah Covid 19. Terganggunya kegiatan ekonomi akibat pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi pelaku usaha UMKM yang mempunyai pendanaan atau permodalan yang kecil atau terbatas. Bantuan modal diperlukan agar pelaku usaha mampu mengatasi kesulitan yang dihadapinya selama pandemi Covid-19 berlangsung.

Keempat, pandemi Covid-19 berdampak pada kegiatan produksi dan distribusi pelaku usaha UMKM mengalami penurunan dan bahkan sampai menghentikan kegiatan produksinya selama beberapa waktu. Selama beberapa bulan terjadi pandemi Covid-19, 70% UMKM menyatakan telah menghentikan proses produksinya dan 90% pelaku usaha UMKM mengatakan bahwa *cashflow* mereka terdampak. Hal tersebut sesuai dengan survei yang telah dilakukan oleh Organisasi Buruh International (ILO) Indonesia bersama dengan konstituen dan mitra pelaksana terhadap 571 perusahaan yang terdampak Covid-19 pada April 2020 lalu. Penghentian proses produksi tersebut dapat bersifat sementara atau bersifat permanen. Pelaku usaha UMKM menghentikan proses produksinya dikarenakan permintaan pasar mengalami penurunan drastis semenjak Covid-19 mulai memasuki daerah teritori Indonesia, sementara itu sebanyak 26.7% UMKM yang bertahan meski harus menghentikan proses produksinya untuk sementara waktu ini. Bahkan UMKM akan membatasi produksinya dengan jumlah yang lebih kecil dari pada sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Terlebih lagi adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) waktu lalu membuat proses pengiriman menjadi terhambat.

Kelima, kesulitan dalam memperoleh bahan baku. Sejak pandemi Covid-19 berlangsung bahan baku yang dibutuhkan oleh pelaku usaha UMKM mengalami kesulitan dalam memperolehnya. Hal tersebut disebabkan melambatnya import salah satunya pada bahan pangan bukan karena Rekomendasi Import Produk Hortikultura (RIPH), tetapi melainkan karena wabah Covid-19. Bahkan sebelum adanya pandemi Covid-19 saat ini, permasalahan UMKM juga tidak terlepas dari adanya keterbatasan akses terhadap bahan baku, sehingga banyak dari pelaku usaha UMKM memperoleh bahan baku dengan kualitas yang rendah. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam membangun ekonomi bangsa, meskipun dalam kondisi pandemi Covid-19 saat ini UMKM harus mampu menunjukkan dan mempertahankan eksistensinya untuk tetap dapat membantu memulihkan perekonomian Indonesia ditengah wabah pandemi. Namun ada sektor pelaku usaha UMKM yang mampu meningkatkan eksistensinya di tengah pandemi Covid-19, seperti produk kesehatan yang mampu naik sebesar 90%, produk yang berhubungan dengan hobi *outdoor* dan *indoor* juga mampu naik hingga 60% serta produk makanan herbal yang juga mengalami kenaikan. Selain itu UMKM yang bergerak

dalam bidang logistik, industri laundry mampu meningkatkan penjualannya di tengah wabah pandemi Covid-19. Maka dari itu, perhatian pemerintah terhadap pelaku usaha UMKM yang terdampak Covid-19 perlu ditingkatkan sehingga dapat dilakukan upaya strategis untuk mempertahankan dan memulihkan perekonomian Indonesia agar tidak terpuruk dalam kondisi pandemi Covid-19 yang melanda dunia saat ini.

Kebijakan Penyelamatan UMKM Oleh Pemerintah

Pada tanggal 25 Februari 2020, pemerintah Indonesia mengeluarkan paket kebijakan USD75 juta untuk insentif keuangan bagi berbagai sektor pariwisata, jasa penerbangan dan properti, serta penambahan subsidi dan pemotongan pajak (OECD, 2020). Terdapat lima skema perlindungan dan pemulihan koperasi dan UMKM di tengah pandemi Covid-19 (Kemenkop-UKM, 2020), yaitu :

a. Pemberian Bantuan Sosial

Bantuan sosial diberikan kepada pelaku UMKM yang masuk dalam kategori miskin dan rentan (Kemenkop-UKM, 2020). Termasuk dalam skema bantuan sosial ini adalah penurunan tarif listrik 50% untuk pelanggan listrik dengan kapasitas 450 watt dari tiga bulan (Arifin, 2020), yang umumnya dapat merupakan para pekerja atau pelaku usaha UMKM. Kendala pemberian bansos tersebut adalah masih banyak penerima yang belum terdata secara detail.

b. Insentif Perpajakan

Pemberian insentif pajak bagi UMKM ini diberikan dengan omset kurang dari Rp 4,8 miliar per tahun (Kemenkop-UKM, 2020). Wujud stimulus untuk PPh sebesar 0% diberikan selama enam bulan yaitu periode April s.d. September 2020. Namun menurut D. Setiawan (2020), fasilitas ini masih banyak belum dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Sampai dengan 29 Mei 2020, jumlah permohonan insentif pajak mencapai 375.913 permohonan. Dari jumlah permohonan tersebut, 345.640 atau sekitar 91,9% permohonan dikabulkan.

c. Relaksasi dan Restrukturisasi Kredit bagi UMKM

Kebijakan yang dikeluarkan pada tanggal 13 Maret 2020 sebagai respon non fiskal berupa pelonggaran atau restrukturisasi pinjaman bank ke UMKM berbarengan dengan penyederhaan proses sertifikasi untuk eksportir dari kemudahan impor bahan mentah (OECD, 2020). Pemerintah akan memberikan keringanan kredit dibawah Rp 10 miliar khususnya bagi para pekerja informal (ojek online, supir taksi, pelaku

UMKM, nelayan, penduduk dengan nilai penghasilan harian) yang efektif berlaku pada bulan April 2020 (Maftuchan, 2020). Paket stimulus restrukturisasi kredit UKM tersebut pada beberapa pemerintah provinsi terutama Jawa Tengah dilengkapi dengan intervensi tambahan (OECD, 2020).

d. Perluasan Pembiayaan Model Kerja UMKM

Dilakukan dengan mendorong perbankan untuk dapat memberikan kredit lunak kepada UMKM. Dengan demikian UMKM memiliki modal kerja yang cukup untuk menjalankan bisnisnya. Kebijakan ini perlu untuk menjaga likuiditas UMKM (Pakpahan, 2020). Program ini ditargetkan untuk 23 juta UMKM yang belum pernah mendapatkan pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan.

e. Penyediaan Penyangga Produk

Produk koperasi dan UMKM di bidang pertanian, perikanan, kuliner dan industri rumah tangga perlu mendapatkan dukungan penyangga. Dengan demikian, terdapat kepastian bahwa produk UMKM akan terserap, sehingga koperasi dan UMKM akan dapat memiliki persiapan persediaan yang lebih baik. Kebijakan ini akan lebih terasa manfaatnya apabila diikuti dengan upaya peningkatan arus distribusi yang aman, misalnya dengan penyediaan fasilitas atau layanan *e-commerce* yang handal di daerah penyangga.

Strategi Lain Sebagai Pelengkap Kebijakan

Sesuai dengan perkembangan implementasi kebijakan pemerintah untuk memberdayakan UMKM yang terdampak pandemi Covid-19, terdapat beberapa langkah tambahan yang dapat diambil sebagai pelengkap kebijakan yang ada. Strategi pelengkap tersebut dapat berupa strategi jangka pendek maupun strategi jangka panjang.

a. Strategi Jangka Pendek

Diperlukan agar kebijakan pemerintah untuk menyelamatkan UMKM saat ini dapat berjalan secara efektif selama dan sesudah pandemi Covid-19. Beberapa langkah atau strategi jangka pendek yang perlu digalakkan untuk mendukung langkah penyelamatan UMKM oleh pemerintah, yaitu :

1. UMKM perlu menjalankan protokol kesehatan secara ketat dalam menjalankan aktivitas ekonominya.
2. Pemerintah dapat memberikan ruang dan dukungan bagi perkembangan layanan digital karena dapat mengurangi interaksi fisik, namun proses transaksi dapat tetap

terjadi. Menurut Burhan (2020), saat pandemi ini pengguna jasa layanan antar makanan meningkat hingga 30%. Digital marketing perlu diperkenalkan kepada pelaku UMKM untuk menjadi salah satu strategi promosi dan pemasaran yang efisien.

3. Asosiasi pelaku usaha seperti Apindo, Kadin, dan IPMI perlu ikut aktif mensosialisasikan kebijakan pemerintah dan mendorong agar seluruh stakeholder dalam bisnis UMKM mengambil peran terbaik.
4. Tidak kalah penting dari keberhasilan kebijakan pemerintah adalah upaya penyederhanaan proses administrasi terkait dengan kebijakan pelonggaran atau penundaan pembayaran kredit bagi UMKM.
5. Pemerintah melakukan pembinaan ke UMKM dengan mendorong inovasi dan perubahan strategi bisnis menyesuaikan situasi.

b. Strategi Jangka Panjang

Ditujukan untuk menjamin agar di masa mendatang UMKM dapat tetap bertahan menjadi pemain utama dalam perekonomian pasca pandemi Covid-19. Beberapa strategi jangka panjang pemerintah, yaitu :

1. Pemerintah perlu membuat peta jalan (*road map*) pengembangan UMKM dalam menghadapi dunia bisnis pasca Covid-19 secara khusus dan dunia bisnis secara umum. Para pelaku bisnis UMKM perlu diberi bekal mengenai pemahaman bentuk bisnis di era industri 4.0.
2. Penguatan pembangunan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi UMKM. Teknologi digital ini menjadi *platform* utama dalam proses bisnis UMKM. Pakpahan (2020) menyebutkan bahwa ke depan UMKM dapat menggunakan teknologi digital untuk proses produksi, promosi produk, maupun menentukan pasar potensial untuk produknya.
3. Pemerintah dapat menyediakan model pembinaan UMKM dengan menggandeng institusi atau lembaga akademis bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis agar UMKM dapat menjadi wujud nyata praktik bisnis sesuai dengan perkembangan dunia usaha. Hadi (2020) di Yogyakarta menunjukkan bahwa praktik penggunaan model analisis seperti *Business Model Canvas* (BMC) dapat dipilih untuk merumuskan strategi terbaik dalam mengembangkan UMKM pasca Covid-19.
4. Pemerintah perlu menggandeng usaha besar dan korporasi baik milik swasta maupun pemerintah (BUMN) untuk menyalurkan dana atau menyelenggarakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan-perusahaan tersebut

dapat membina UMKM sebagai mitra dalam lini bisnisnya, sehingga secara tidak langsung berdampak positif terhadap kesinambungan perusahaan itu sendiri dengan pemberi CSR.

Strategi Bagi Pelaku UMKM

Selain dengan menjalankan kebijakan yang diberikan pemerintah, para pelaku UMKM haruslah memiliki inovasi dan kreativitas untuk dapat sedikit meningkatkan jumlah penjualan, mengingat Pandemi Covid-19 yang mewabah sejak awal tahun 2020 lalu memberi dampak yang sangat signifikan bagi pertumbuhan ekonomi yang salah satu usaha yang terkena imbas ialah UMKM, di mana pergerakan bisnis UMKM yang memerlukan ruang pameran atau promosi terhalang dengan adanya gerakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dianggap akan mampu mempercepat penanggulangan dan pencegahan penyebaran Covid-19 yang semakin meluas di Indonesia.

Namun dengan adanya kebijakan PSBB membuat jumlah penjualan pelaku UMKM mengalami penurunan, maka dalam rangka memulihkan dan menata kembali kondisi ekonomi diperlukan strategi dan jalan keluar yang tepat mengingat telah banyaknya kerugian yang dialami para pelaku usaha juga semakin ketatnya persaingan antar pengusaha sehingga perlu terus melakukan pembaharuan dan evaluasi mengenai siklus usaha dengan tetap mengikuti keadaan yang tengah berkembang agar usaha tetap bias bertahan.

Menurut (Aliyani Firdaus *et al.*, 2020) terdapat tujuh faktor penting yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh sebuah perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang dalam waktu yang lama, yaitu : 1) Kesatuan Visi dan Misi (*Strategic Intens*) sebuah perusahaan, 2) Pengambilan keputusan yang tepat, 3) Manajemen Keuangan yang terus terencana, 4) Perencanaan bisnis, 5) Manajemen tim dalam perusahaan, 6) Eksekusi, 7) Saat yang tepat memulai usaha. Selain hal-hal tersebut diperlukan pula perencanaan ulang juga dengan menyiapkan rencana cadangan sebagai upayaantisipasi berbagai kemungkinan seperti adanya pandemi yang merupakan hal yang tidak bisa diperkirakan.

Sebagai salah satu langkah yang strategi pelaku bisnis UMKM juga dapat :

1. Mengikuti dan memanfaatkan adanya teknologi sebagai upaya meningkatkan pemasaran usaha, seperti memanfaatkan *media social facebook ads, instagram ads, twitter ads* dan lain-lain serta member pelayanan secara *delivery* akibat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

2. Memiliki inovasi untuk mengubah bisnisnya menjadi bentuk digital marketin atau *e-commerce*.
3. Para pelaku usaha tidak hanya mengandalkan bantuan dari pemerintah, dimana para pelaku UMKM harus tetap fokus pada kebutuhan para konsumen dan selalu berinovasi sesuai dengan preferensi dan perilaku konsumen.
4. Tetap menjaga hubungan baik dan bekerjasama dengan para *supplier*, distributor, maupun vendor. Selain itu juga bekerjasama dengan lembaga keuangan seperti perbankan sebagai mitra dan sebagai sumber pembiayaan, pendampingan, dan pengembangan usaha.

Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM

Peranan merupakan serangkaian perilaku yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Penghargaan semacam itu merupakan suatu norma yang dapat mengakibatkan terjadinya suatu peranan.

a. Peran Pemerintah sebagai Fasilitator

Sebagai fasilitator, pemerintah memiliki peran dalam memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha yang dimiliki oleh UMKM. Jika UMKM mempunyai kelemahan di bidang produksi, tugas fasilitator adalah memberikan kemampuan UMKM dengan berbagai cara, misalnya dengan memberikan pelatihan. Demikian pula jika UMKM lemah dalam hal pendanaan, tugas fasilitator adalah membantu mencari jalan keluar agar UMKM mampu mendapat pendanaan yang dibutuhkan, tetapi harus dilakukan secara hati-hati agar posisi UMKM menjadi tidak tergantung. Hal ini ditunjukkan dengan adanya program: (1) fasilitasi pameran produk unggulan daerah, (2) fasilitasi sertifikat halal, (3) pelatihan kemasan (*packaging*), (4) pelatihan pemasaran melalui *e-commerce* bagi pelaku usaha kecil, (5) pelatihan keterampilan dan pengembangan desain produk UMKM.

b. Peran Pemerintah sebagai Regulator

Peran pemerintah sebagai regulator adalah membuat kebijakan-kebijakan sehingga mempermudah usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sebagai regulator, pemerintah berfungsi untuk menjaga kondisi lingkungan usaha tetap kondusif untuk melakukan investasi yang dilakukan dengan mengatur Suku Bunga Bank Indonesia (SBI) dan membuat kebijakan tentang aturan-aturan persaingan usaha. Pemerintah

adalah pihak yang mampu menerapkan aturan agar kehidupan dapat berjalan baik dan dinamis. Hal ini ditunjukkan dengan adanya: (1) Perda No 19 Tahun 2012 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Jepara, (2) Identifikasi dan Validasi data UMKM untuk menyusun satu perangkat indikator daya saing UMKM.

c. Peran Pemerintah sebagai Katalisator

Secara harfiah katalisator adalah zat yang ditambahkan kedalam suatu reaksi dengan maksud memperbesar kecepatan reaksi. Berdasarkan hal tersebut, peran pemerintah daerah sebagai katalisator pengembangan UMKM adalah mempercepat proses berkembangnya UMKM menjadi *fast moving enterprise*. Untuk mencapai perkembangan *fast moving enterprise*, seperti halnya sebuah katalis, pemerintah daerah terkadang ikut terlibat dalam proses tersebut namun tidak terlibat dalam mengatur keseluruhan proses perubahannya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya program: (1) penataan kelembagaan pengembangan manajemen pengelolaan UMKM, (2) pembinaan dan pemberdayaan UMKM melalui peningkatan keterampilan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas, dapat kita ambil kesimpulan bahwa sektor UMKM di Indonesia mengalami dampak buruk dari pandemi Covid-19 yang sangat berpengaruh terhadap kondisi lingkungan masyarakat dan terhambatnya kebutuhan prima keluarga. Dampak tersebut berturut seperti penurunan penjualan, kesulitan permodalan, hambatan distribusi produk, serta kesulitan bahan baku. Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan dalam rangka memperdayakan UMKM dalam situasi pandemi Covid-19 dengan beberapa skema perlindungan UMKM yang dilakukan pemerintah, yaitu pemberian bantuan sosial kepada pelaku UMKM miskin dan rentan, insentif pajak bagi UMKM, relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM, perluasan pembiayaan modal kerja UMKM, menempatkan kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM, dan pelatihan secara *e-learning*.

Untuk mendukung kebijakan pemerintah, diperlukan beberapa strategi jangka pendek dan jangka panjang serta adanya edukasi dan sosialisasi informasi mengenai penggunaan *e-commerce* sebagai salah satu platform yang bias digunakan untuk menunjang perekonomian sementara selama pandemi Covid-19 dan memudahkan bagi para pelaku bisnis dalam memperkenalkan bisnisnya dan bahkan melakukan transaksi. Dilakukannya *platform e-*

commerce di masa pandemi Covid-19 memberikan hasil yang signifikan dalam proses jual beli dan semakin populer dalam peningkatan hasil penjualan.

Saran dari penulis yaitu Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah memberikan dukungan untuk penggunaan sistem perdagangan secara elektronik atau *e-commerce* sebagai salah satu solusi bagi koperasi dan para pelaku usaha UMKM untuk tetap bias memasarkan produk dan jasanya di tengah pandemi Covid-19 yang mengharuskan adanya *Physical Distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan dirumah saja. Sementara itu, mengenai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM hendaknya dirubah konsepnya menjadi kekuatan, sehingga pelaku UMKM bisa melewati kesulitan-kesulitan yang dihadapi baik dalam menghadapi pasar lokal maupun pasar global terutama ditengah wabah Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyani Firdaus, Safira *et al.* (2020) 'Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal', *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), pp. 46–62. doi: 10.15642/oje.2020.5.1.46-62.
- Aryani, A. F. and Yogyakarta, U. N. (2020) 'OPTIMALISASI CREATIVE DIGITAL MARKETING DAN E- COMMERCE SEBAGAI STRATEGI BISNIS BAGI PELAKU UMKM TERDAMPAK COVID-19 OPTIMALISASI CREATIVE DIGITAL MARKETING DAN E- COMMERCE SEBAGAI STRATEGI BISNIS BAGI PELAKU UMKM TERDAMPAK COVID-19 Disusun guna Memenuhi T', (December).
- Marlinah, L. (2020a) 'Peluang dan Tantangan UMKM dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19', *Jurnal Ekonomi*, 22(2), pp. 118–124.
- Marlinah, L. (2020b) 'Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19', *Jurnal Ekonomi*, 22(2), pp. 118–124.
- McKibbin, W. and Fernando, R. (2020) 'Global Ekonomi Makro Dampak COVID-19: Tujuh Skenario', *Australian National University and Centre Excellence in Population Ageing Research (CEPAR)*, pp. 1–43.
- Sohail, A. *et al.* (2020) 'Impact Of Covid-19 Pandemic On Small And Medium Size Enterprise Operation Impact Of Covid-19 Pandemic On Small And Medium Size Enterprise Operation In Pakistan', (December).
- Sugiri, D. (2020) 'Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19', *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), pp. 76–86. doi: 10.32639/fokusbisnis.v19i1.575.

Susanna, D. (2020) 'When will the COVID-19 Pandemic in Indonesia End?', *national public health journal*, 15(covid-19), pp. 160–162.

Thaha, A. F. (2020) 'Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia', *Jurnal Brand*, 2(1), pp. 147–153.