

## STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI PASAR DI MASA PANDEMI COVID-19 (UMKM DALAM BIDANG KULINER DI WILAYAH KECAMATAN TANJUNG MORAWA)

<sup>1</sup>Rahayu Sri Utami, <sup>2</sup>M.Agung Sasmita\*, <sup>3</sup>Yusniar

<sup>123</sup>Manajemen Informatika, AMIK WIDYALOKA Pakam, Sumatera Utara, Indonesia

Email : <sup>1</sup>[Rahayusriutami891@gmail.com](mailto:Rahayusriutami891@gmail.com), <sup>2</sup>[agoengsasmita12345@gmail.com](mailto:agoengsasmita12345@gmail.com)

<sup>3</sup>[yusniar18022001@gmail.com](mailto:yusniar18022001@gmail.com)

**Received:** January 30, 2022. **Revised:** February 28, 2022. **Accepted:** March 28, 2022.

DOI : <https://doi.org/10.54593/awl.v3i1.85>

### Abstrak

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam undang-undang. Bahkan dari segi usaha pengelolaan, masih memiliki hubungan erat dengan perekonomian masyarakat diberbagai lapisan. International Monetary Fund (IMF) yang memproyeksikan ekonomi global akan tumbuh minus di angka 3%.

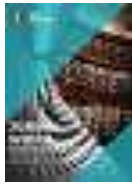
Di Indonesia, hal ini tentunya juga memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri termasuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Desa Sumurboto, Kabupaten Blora merupakan salah satu desa yang sebagian besar masyarakatnya menjadi pengrajin anyaman bambu. Secara langsung maupun tidak langsung, mereka terdampak adanya pandemic covid 19 ini. karena itu perlu strategi pemasaran yang dapat dilakukan pada masa pandemi Covid- 19 dan faktor pendukung dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19. Sedangkan faktor pendukung dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19 agar berjalan secara efektif dan efisien diantaranya adalah konsep promotion, service exceller customers rewards, afiliasi atau kemitraan dan modal sosial.

### Abstract

*UMKM are trading businesses that are managed by individuals referring to productive economic businesses with the criteria set out in the law. Even in terms of business management, it still has a close relationship with the economy of the community at various levels. The International Monetary Fund (IMF) projects that the global economy will grow at minus 3%. In Indonesia, this of course also has a significant impact on tourism, the trade sector, industry including Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Sumurboto Village, Blora Regency is one of the villages where most of the people are woven bamboo craftsmen. They are directly or indirectly affected by the COVID-19 pandemic. Therefore we need a marketing strategy that can be done during the Covid-19 pandemic and supporting factors in entrepreneurship in the creative economy sector during the Covid-19*



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



*pandemic. While the supporting factors in entrepreneurship in the creative economy sector during the Covid-19 pandemic to run effectively and efficiently include the concept of promotion, service excellent customers rewards, affiliations or partnerships and social capital.*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan pasar Indonesia masih menjadi salah satu pusatkegiatan ekonomi penting yang bergantung pada kegiatan. Pasar merupakan salah satu kegiatan yang paling banyak dilakukan masyarakat Indonesia, karena pasar itu sendiri adalah tempat masyarakat mencari nafkah dan memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri 2007) , pasar diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk bertransaksi, sarana interaksi sosial budaya dalam masyarakat, dan tempat pengembangan ekonomi masyarakat. Pada saat yang sama, syarat utama pembentukan pasar adalah bahwa pembeli dan penjual bertemu di satu tempat atau tempat berbeda.

Menurut *Toni,( 2014)* pasar juga merupakan faktor ekonomi yang dapat menciptakan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia.

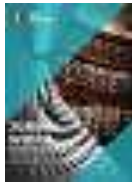
Menurut *Kotler (1997: 8)* seperti kita ketahui bersama, dengan pasar, pemasaran terbentuk, dan pemasaran adalah inti dari perusahaan. Tanpa pemasaran, tidak ada perusahaan, tetapi pemasaran itu sendiri berarti orang-orang masih bingung, pemasaran adalah proses sosial dan manajemen di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menyediakan, dan menukar produk dengan pihak lain.

Namun sekitar Maret 2020, penyakit yang disebut pandemi Covid-19 (coronavirus) merebak di Indonesia. Virus Corona merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Kebanyakan orang yang terinfeksi Covid-19 akan mengalami gejala ringan hingga sedang dan sembuh tanpa perawatan khusus. Sejak insiden besar terjadi di Wuhan, China pada Desember 2019, virus Corona sudah ditemukan pada manusia. Pandemi global Covid-19 pasti akan menyerang semua sektor, terutama sektor ekonomi. Dampak ekonomi ini terjadi tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga secara global. Di Indonesia, hal ini tentunya juga akan berdampak signifikan terhadap industri pariwisata, sektor perdagangan, dan industri termasuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Namun sekitar Maret 2020, penyakit yang disebut pandemi Covid-19 (coronavirus) merebak di Indonesia. Virus Corona merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Kebanyakan orang yang terinfeksi Covid-19 akan mengalami gejala ringan hingga sedang dan sembuh tanpa perawatan khusus. Sejak insiden besar terjadi di Wuhan, China pada Desember 2019, virus Corona sudah ditemukan pada manusia. Pandemi global Covid-19 pasti akan menyerang semua sektor, terutama sektor ekonomi. Dampak ekonomi initerjadi tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga secara global. Di Indonesia, hal ini tentunya juga akan berdampak signifikan terhadap industri pariwisata, sektor perdagangan, dan industri termasuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Di Indonesia, menurut data terbaru tertanggal 4 Mei 2020, Indonesia memiliki 1.1992 kasus Covid-19. Dampak Covid-19 secara langsung tercermin dari pemutusan hubungan kerja (PHK) skala besar beberapa perusahaan, dan penutupan beberapa perusahaan menyebabkan terjadinya PHK.





Dibandingkan dengan kondisi normal, hal ini juga mengurangi dampak terbatasnya operasi UMKM dan belanja konsumen langsung. Dengan cara ini para pebisnis dapat mendirikan toko / penjualan online melalui e-commerce untuk menyesuaikan diri. E-commerce adalah sistem yang menggunakan produk elektronik untuk menjual, membeli, dan menjual produk. Hasil penelitian (*Hardilawati, 2019*) menyimpulkan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan UKM. Selain transaksi e-commerce, pelaku usaha kecil dan menengah juga dituntut secara intensif melakukan pertukaran produk melalui penggunaan produk digital marketing dan sosial media marketing sehingga dapat langsung menghubungi konsumen dan menekan biaya promosi.

Menurut *Hendrawan et al., (2019)* pemasaran digital adalah pemasaran dengan menggunakan akses internet, media sosial, dan alat digital lainnya. Pemasaran digital dapat membantu perusahaan atau perusahaan mempromosikan dan memasarkan produk dan layanan mereka, dan dapat memperluas ke pasarbaru yang ditutup atau dibatasi karena waktu, jarak, dan metode komunikasi yang terbatas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM.

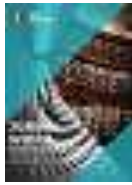
Provinsi Sumatera Utara di wilayah Kabupaten Deli Serdang Kecamatan Tanjung Morawa, terdapat kurang lebih 15 UMKM (UMKM bidang Kuliner dan Jasa), UMKM dalam bidang kuliner memiliki potensial yang kuat untuk dikembangkan. UMKM dalam bidang kuliner ini memiliki peranan yang penting di Provinsi Sumatera Utara khususnya di Kelurahan Wonosari Kecamatan Tanjung Morawa ini. Ini terkait dengan sebagian besar masyarakat tersebut bekerja dalam UMKM bidang kuliner untuk pemenuh kebutuhan pokok. Namun karena dampak wabah Covid 19, pendapatan UMKM sektor memasak saat ini sedang menurun.

Tabel 1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Besar Provinsi Sumatera Utara Per 31 Desember 2020

NO	JENIS USAHA	JUMLAH	%	TENAGA KERJA	%	KET
1	Usaha Besar	414	0,06	17.977	1,47	
2	Usaha Menengah	2.974	0,46	45.885	3,75	
3	Usaha Kecil	62.952	9,70	164.542	13,43	
4	Usaha Mikro	582.677	0,89	996.628	81,36	
	Jumlah	649.017	100	1225.032	100	

Sumber : DISKOP UMKM SUMATERA UTARA

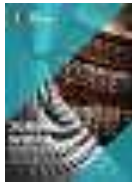




Tabel 2. Profil Data Industri Kecil dan Menengah Kelurahan Wonosari Kecamatan Tanjung Morawa

NO	NAMA USAHA	NAMA PEMILIK	PENDIDIKAN	JENIS USAHA/PRODUK
1	Kedai Qiu	L. M. Amru	Sarjana	Mpek-mpek
2	Kedai Kamila Risoles	Hera	Sarjana	Makanan & Minuman
3	Rumah Makan Upuy	Niah	Diploma	Makanan & Minuman
4	Waiz Motor	Sahrodi	SD/MI	Bengkel las terali
5	Rosa Kue	Rosa Noviana	Diploma/Sarjana	Kue Basah
6	Rumah Kue	Sri Satiyaningsih	SMA	Donat & Kue Kering
7	Mawar Cafe	H. Nasrullah. SE	Sarjana	Makanan & Minuman
8	Es Podeng 46	Gery	SMA	Minuman
9	Fadliyah Jahit	Fadliyah	SD	Penajit & Permak Pakaian
10	Pastel Dina	Dina Darmawati	Diploma/Sarjana	Kue Basah
11	Horas Bengkel	Asmir Haris	SMP	Bengkel Motor
12	Berkah Motor	Yadi	SMA	Bengkel & Sparepart motor
13	Toko Rina	Rini Yatna	SMA	Makanan, ke basah & kue kering





14	Meuble Abd	Abdul	SD	Kusen, lemari, meja dan dipan
15	Biduri Kue	Biduri Armata	SMA	Kue basah

Sumber : Profil Kelurahan Wonosari

Provinsi Sumatera Utara di wilayah Kabupaten Deli Serdang Kecamatan Tanjung Morawa, terdapat kurang lebih 15 UMKM (UMKMbidang Kuliner dan Jasa), UMKM dalam bidang kuliner memiliki potensial yang kuat untuk dikembangkan. UMKM dalam bidang kuliner ini memiliki peranan yang penting di Provinsi Sumatera Utara khususnya di Kelurahan Wonosari Kecamatan Tanjung Morawa ini.

### Rumusan Masalah

Apa saja strategi dari pelaku UMKM dalam bidang Kuliner di seputaran Kabupaten Deli Serdang untuk menghadapi pasar di Era Pandemi COVID-19 ini?

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu kepada rumusan masalah diatas : Untuk mengetahui strategi dari pelaku UMKM dalam bidang Kuliner di seputaran Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang menghadapi pasar di masa Pandemi Covid-19 .

### Manfaat Penelitian

#### Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai referensi dan wawasan yang saling melengkapi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam menghadapi pandemi atau tantangan yang akan datang, mengenai strategi UMKM dan metode survival.

#### Manfaat Praktis

Manfaat nyata yang diperoleh dari penelitian ini mempunyai arti penting atau saran bagi para praktisi manajemen yang berkecimpung dalam kegiatan UMKM.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Definisi Pasar

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri, pasar diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk bertransaksi, sarana interaksi sosial budaya dalam masyarakat, dan tempat



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



pengembangan ekonomi masyarakat (Permendagri 2007).

Sedangkan menurut Mankiw (2007), pasar diartikan sebagai kumpulan pembeli dan penjual dari suatu produk atau jasa tertentu. Pembeli adalah kelompok yang menentukan permintaan produk, sedangkan penjual adalah kelompok yang menentukan penawaran produk (Zayinul Fata, 2010).

### 2.1.1. Pengertian Pasar Menurut Para Ahli

Berikut ini adalah definisi dan pengertian pasar menurut para ahli ekonomi beserta penjelasannya lengkap.

Menurut William J. Stanton

Pengertian pasar menurut William J. Stanton adalah sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut

Menurut H. Nystrom

Pasar menurut H. Nystrom diartikan sebagai tempat penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen. Singkatnya, pengertian pasar adalah tempat transaksi barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong

Definisi pasar menurut Kotler dan Amstrong merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, mempunyai kemampuan dalam bertransaksi.

Menurut Simamora

Arti pasar menurut Simamora adalah sekumpulan orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan terhadap produk tertentu, memiliki kemampuan dan kemauan untuk membeli produk tersebut dan memiliki kesempatan untuk memutuskan membeli sebuah produk.

Menurut Philip dan Duncanadan

Pengertian pasar diartikan sebagai sesuatu yang digunakan untuk menempatkan barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Singkatnya pasar merupakan tempat untuk meletakkan barang-barang untuk dibeli konsumen.

Menurut Atep Adya Barata

Arti pasar menurut Atep Adya Barata adalah tempat dimana berkumpulnya penjual dan calon pembeli, baik secara langsung maupun tak langsung saling berhubungan melaksanakan pertukaran, baik barang maupun jasa.

### Pengertian dan konsep inti Pemasaran

Pasar adalah hasil dan aktivitas atau proses yang disebut pemasaran. Jadi, dengan kata lain,



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)





pemasaran adalah aktivitas manusia yang berhubungan dengan pasar. Dalam pengertian sempit, pemasaran biasanya diartikan sebagai kegiatan mendistribusikan atau mendistribusikan barang / jasa kepada konsumen.

*Philip Kotler dan Armstrong (2012: 29)* mengemukakan salah satu definisi pemasaran yang luas. Pemasaran adalah rangkaian proses yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang luar biasa. Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran.

## Pengertian UMKM

Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Bab 1 Pasal 1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Sehingga untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria. Sebab hal ini akan berpengaruh pada proses pengurusan surat ijin usaha serta menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

Menurut *Rudjito (2003)* Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja. Definisi UMKM yang diberikan oleh beberapa lembaga, yaitu : Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Mikro adalah : “Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi Usaha Mikro, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. ” Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Kecil adalah : “Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdirisendiri, 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

## Pandemi Covid-19

Virus Corona merupakan kelompok virus yang dapat menular ke manusia dan dapat menyebabkan infeksi saluran pernapasan. Virus ini dapat menginfeksi bayi, anak-anak, dewasa, ibu hamil, lansia dan ibu menyusui. Virus korona adalah kelompok besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia, biasanya menyebabkan infeksi saluran pernafasan, dari flu biasa hingga penyakit serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Sejak wabah terjadi di Wuhan, China pada Desember 2019, manusia telah menemukan jenis baru virus corona, yang kemudian dinamai *Severe Acute Respiratory*.

*Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2)* dan menyebabkan Penyakit Coronavirus 2019



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



(COVID -19). Seseorang mungkin terinfeksi COVID-19. Saat batuk atau bersin, penyakit ini menyebar melalui tetesan kecil di hidung atau mulut. Kemudian, tetesan tersebut jatuh ke benda di sekitarnya. Kemudian, jika orang lain menyentuh benda yang telah terkontaminasi tetesan air, kemudian orang tersebut menyentuh mata, hidung, atau mulut (wajah segitiga), orang tersebut dapat tertular COVID19. Mungkin juga seseorang secara tidak sengaja menghirup tetesan pasien dan tertular COVID-19. Inilah mengapa penting untuk menjaga jarak hingga satu meter dari pasien. Sejauh ini, para ahli masih menyelidiki untuk menentukan sumber virus, jenis pajanan, dan cara penularan. Harap perhatikan sumber informasi yang akurat dan resmi tentang perkembangan penyakit.

## Strategi Umkm Dalam Masa Pandemi Covid-19

### E-Commerce

Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah memperluas jaringan dengan memanfaatkan penjualan *e-commerce*.

*E-commerce* adalah proses di mana konsumen membeli dan menjual barang secara elektronik, dan perusahaan menggunakan komputer sebagai perantara untuk transaksi komersial melalui komputer. *E-commerce* yang awalnya merupakan mekanisme retail online, kini memiliki arti yang lebih luas. (Laudon & Traver, 2016) menunjukkan bahwa *e-commerce* telah membentuk pasar digital baru dengan harga yang lebih transparan, akses yang mudah, dan pasar global dengan gudang yang efisien.

.Menurut penelitian *Hoffman dan Fodor dalam (Pradana, 2016)*, *e-commerce* dapat beroperasi secara normal berdasarkan prinsip 4C (yaitu: *connect, create, use dan control*). Prinsip ini dapat memotivasi dan meningkatkan pengukuran laba atas investasi (ROI) perusahaan melalui partisipasi aktif (seperti umpan balik atau ulasan konsumen) dan membagikan atau merekomendasikannya kepada pengguna lain.

### Digital Marketing

Pada saat terjadi pandemi COVID-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis, dan salah satu upaya untuk membuat produk yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan *digital marketing*. Era digital yang berkembang pesat saat ini tidak bisa dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus bisa memaksimalkan manfaat perkembangan digital. Pemasaran digital adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial.

Metode digital marketing yang sering digunakan para pebisnis adalah dengan menggunakan media sosial, seperti memasarkan produk, melalui Instagram, Facebook, Twitter, dll. Selain itu, digital marketing juga bisa dilakukan di e-commerce dan banyak media lainnya. Perkembangan teknologi yang pesan melalui media sosial dan dapat menarik konsumen sesuai dengan standar yang telah kita tentukan sebelumnya.

1. Membuat video pemasaran produk melalui siaran media sosial atau promosi produk secara *real-time*. Jika strategi ini diterapkan dengan benar maka akan berdampak positif bagi bisnis.







2. Membiarkan konsumen berpartisipasi dalam pemilihan produk, melakukan edukasi mendalam dan pengenalan kualitas produk di akun media sosial, serta menggunakan kata dan tag yang kreatif agar konsumen lebih mudah menemukannya. Dengan cara ini akan terbentuk brandawareness dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## Customer Relationship Marketing (CRM)

Selama pandemi, UKM seharusnya tidak hanya fokus untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga harus menjaga produk dan menjaga pelanggan yang ada, membangun kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya mendapatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan setia tidak akan beralih ke pelanggan lain karena mereka sudah percaya dengan produk kita. Salah satu cara agar UMKM dapat bertahan dari penurunan aktivitas bisnis adalah dengan menjalin hubungan pemasaran dengan pelanggan.

## Customer Relationship Marketing (CRM)

Selama pandemi, UKM seharusnya tidak hanya fokus untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga harus menjaga produk dan menjaga pelanggan yang ada, membangun kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya mendapatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan setia tidak akan beralih ke pelanggan lain karena mereka sudah percaya dengan produk kita. Salah satu cara agar UMKM dapat bertahan dari penurunan aktivitas bisnis adalah dengan menjalin hubungan pemasaran dengan pelanggan. Ini adalah konsep strategi pemasaran yang dirancang untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yaitu untuk membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara penyedia layanan dan pelanggan, Dengan demikian menjalin transaksi hubungan. Putar ulang dan bangun loyalitas pelanggan.

Peningkatan kualitas hubungan dan orientasi kewirausahaan berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM. Semakin baik kualitas hubungan antara peserta UMKM dengan konsumen, pemasok dan anggota lainnya, maka semakin baik pula kemampuannya dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

## 3. Metode Penelitian

### Ruang Lingkup Penelitian

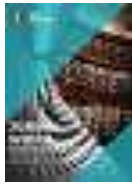
Penelitian ini memfokuskan pada STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI PASAR DI ERA PANDEMI COVID-19 (UMKM DALAM BIDANG KULINER DI SEPUTARAN KABUPATEN DELI SERDANG KECAMATAN TANJUNG MORAWA).

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan jenis penelitian berupa Studi Dokumen/Teks (*Dokument Study*), studi dokumen atau teks merupakan kajian yang menitik beratkan pada analisis atau interpretasi bahan tertulis berdasarkan konteksnya. Bahan bisa berupa catatan yang terpublikasikan, buku teks, surat kabar, majalah, surat-surat, film, catatan harian, naskah, artikel, internet dan sejenisnya. Untuk memperoleh kredibilitas yang tinggi peneliti dokumen harus yakin bahwa naskah-naskah itu otentik. Penelitian jenis ini bisa juga untuk menggali pikiran seseorang yang tertuang di dalam buku atau naskah- naskah yang terpublikasikan.



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



## Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di UMKM dalam bidang kuliner di sekitaran Kabupaten Deli Serdang mulai pada bulan September 2021.

## Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Sebelum menjelaskan macam-macam teknik analisis data, maka dapat dijelaskan terlebih dahulu mengenai pengertian analisis data.

Analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data mempunyai prinsip yaitu untuk mengolah data dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur, dan mempunyai makna.

*Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2014:246-253)* mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### Definisi Covid-19

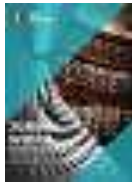
Virus Corona merupakan kelompok virus yang dapat menular ke manusia dan dapat menyebabkan infeksi saluran pernapasan. Virus ini dapat menginfeksi bayi, anak-anak, dewasa, ibu hamil, lansia dan ibu menyusui. Virus korona adalah kelompok besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia, biasanya menyebabkan infeksi saluran pernafasan, dari flu biasa hingga penyakit serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*.

*Syndrom Coronavirus 2 (SARS-COV2)* dan menyebabkan Penyakit Coronavirus 2019 (COVID -19). Seseorang mungkin terinfeksi COVID-19. Saat batuk atau bersin, penyakit ini menyebar melalui tetesan kecil di hidung atau mulut. Kemudian, tetesan tersebut jatuh ke benda di sekitarnya. Kemudian, jika orang lain menyentuh benda yang telah terkontaminasi tetesan air, kemudian orang tersebut menyentuh mata, hidung, atau mulut (wajah segitiga), orang tersebut dapat tertular COVID19. Mungkin juga seseorang secara tidak sengaja menghirup tetesan pasien dan tertular COVID-19. Inilah mengapa penting untuk menjaga jarak hingga satu meter dari pasien. Sejauh ini, para ahli masih menyelidiki untuk menentukan sumber virus, jenis pajanan, dan cara penularan.

### Kebijakan Pemerintah Terkait Pandemi COVID-19

1. *Sosial distancing* (Pembatasan sosial), tujuan dari pembatasan sosial adalah untuk mengurangi kemungkinan kontak antara orang terinfeksi dan orang lain yang tidak terinfeksi, sehingga dapat meminimalkan penularan penyakit, contohnya seperti penutupan sekolah, tempat kerja, isolasi, karantina, menutup atau membatasi transportasi umum.
2. Pajak penghasilan ditanggung pemerintah. Penghasilan teratur yang diterima oleh pegawai





berpenghasilan 200 juta rupiah setahun yang berkerja pada perusahaan yang terdampak pandemi virus corona mendapat fasilitas Pajak Penghasilan pasal 21 (PPh 21) ditanggung pemerintah. Dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 23/PMK.03/2020 perusahaan yang terdampak pandemi virus corona merupakan perusahaan yang terdaftar pada 440 KLU (Klasifikasi Lapangan Usaha) tertentu dan perusahaan yang telah ditetapkan sebagai perusahaan KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor).

3. Kelonggaran membayar kredit. Pemerintah memberikan sejumlah insentif untuk kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di antaranya kelonggaran membayar kredit hingga satu tahun. Presiden Joko Widodo mengatakan insentif itu juga dengan penurunan bunga. Meski begitu, ketentuan itu hanya bisa dinikmati oleh UMKM dengan kredit di bawah Rp.10 miliar.
4. Selain UMKM, kelonggaran kredit juga akan diberikan kepada tukang ojek dan sopir taksi. Kelonggaran pinjaman tersebut juga telah mendapat persetujuan dari Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Adapun kelonggaran itu berlaku mulai 31 Maret 2020 sampai dengan 31 Maret 2021.
5. Subsidi Listrik. Merupakan kebijakan keringanan biaya listrik kepada pelanggan PLN di tengah pandemi virus corona. Kebijakan tersebut sudah mulai diberlakukan sejak 1 April, dan diharapkan semua pelanggan yang berhak mendapatkan subsidi listrik bisa mengakses subsidi listrik tersebut. PLN sudah berhasil menyediakan listrik gratis atau diskon untuk 8,5 juta pelanggan prabayar atau yang menggunakan token. Rincian pelanggan yang berhak yaitu sebanyak 24 juta pelanggan rumah tangga 450 VA mendapatkan listrik gratis. Selanjutnya, 7 juta rumah tangga 900 VA bersubsidi mendapat diskon pembayaran listrik 50 persen selama tiga bulan. Kebijakan ini diperuntukkan bagi rakyat miskin.
6. Belajar di rumah. Kementerian Pendidikan memberikan sejumlah acuan untuk pelaksanaan belajar dari rumah selama masa pandemi ini. Tidak ada batasan spesifik materi belajar apa saja yang harus dilakukan oleh siswa di rumah. Hal ini karena akses atau fasilitas belajar yang dimiliki masing-masing siswa di rumah tidak lah sama. Untuk menunjang proses kegiatan belajar dari rumah ini kemendikbud sudah melakukan kerja sama dengan beberapa provider telekomunikasi seperti, Indosat, Telkomsel dan XL untuk memberikan kuota edukasi untuk mengakses aplikasi ataupun website belajar.

## Dampak Dari Pandemi Covid Terhadap Perekonomian Indonesia

1. Yang pertama adalah level tinggi Misalnya, perusahaan manufaktur mobil berada di bawah tekanan yang luar biasa karena ketergantungan mereka pada rantai pasokan global menghambat proses produksi. Industri pakaian jadi telah menerapkan sistem pengurangan kepadatan pegawai dengan cara mengurangi dua minggu kerja dan dua minggu untuk mengurangi penyebaran virus corona, yang tentunya akan berdampak pada pengurangan produksi yang dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian itu. menyebabkan PHK. Akibat kebijakan social distancing dan industri ritel non-makanan dengan pariwisata yang lebih sedikit, terdapat lowongan di industri pariwisata dan industri penerbangan.
2. Level kedua adalah level menengah, misalnya industri film telah mengurangi proses pengambilan gambar, industri media dan pers dihalangi oleh pencarian konten dan berita.
3. Tiga level rendah, seperti industri jasa, hampir tidak ada kendala, yaitu pesanan layanan sudah berkurang, tetapi masih dapat diatasi dan berdampak kecil.
4. Keuangan digital berkembang karena kita sudah tahu bahwa virus corona menempel pada





benda dan uang adalah salah satunya. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa mata uang digital akan meningkat karena tidak mungkin untuk memegang atau menyentuh mata uang digital, yang tidak akan menyebabkan penyebaran virus, yang berbeda dengan mata uang fisik (kertas dan logam) yang dapat dipegang yang tentunya akan menyebabkan penyebaran virus.

## Dampak Pandemi Covid terhadap UMKM secara Khusus

1. Pertama, berdampak pada omzet penjualan. Hasil laporan penelitian BI menunjukkan bahwa rata-rata tingkat penurunan penjualan produk UMKM adalah 50%. LIPI menyampaikan alasan penurunan ini, karena 58,8% UMKM memutuskan untuk menurunkan harga produk dan jasanya untuk mempertahankan usahanya yang mengakibatkan penurunan laba lebih dari 75%. Tim peneliti JNE merilis versi yang sama dengan LIPI, laporan menunjukkan bahwa 75% penjualan UMKM turun signifikan.
2. Kedua, dampak terhadap modal. Berdasarkan penjelasan yang diberikan kepada Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada pertengahan Agustus 2020, pandemi Covid-19 membuat dana sulit untuk diperoleh kembali sehingga 40% UMKM ditutup. Angka ini tampaknya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu: penutupan karena ketidakmampuan mendistribusikan barang atau jasa, dan penutupan karena kepatuhan terhadap perintah PSBB dan jarak sosial. Hasil penelitian juga melaporkan bahwa meski ada kesulitan pendanaan, sebanyak 19,93% usaha kecil dan menengah masih berusaha bertahan dari pandemi Covid-19. Guna meningkatkan efisiensi, mereka terpaksa memecat karyawan, sehingga volume produksinya pun menurun.
3. Ketiga, dampak pada distribusi. Berdasarkan laporan penelitian Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, sebanyak 20,01% UMKM mengaku mengalami gangguan distribusi akibat kebijakan PSBB. Relung yang menurun akibat PSBB juga muncul pada permintaan produk, dan 22,90% UMKM pernah mengalami situasi ini. Alhasil, menurut studi terbaru ini, total sekitar 62,84% UMKM dilanda pandemi yang menandakan sudah terjadi keluhan di bagian distribusi, keuntungan penjualan menurun, dan kesulitan pendanaan. 40% sisanya (37,16%) dilaporkan sebagai angka tertutup. Ada beberapa alasan mengapa situasi ini bisa bangkrut. Alasan utamanya adalah permintaan pasar yang tidak mencukupi.

## Strategi Umkm Dalam Masa Pandemi Covid-19

### E-Commerce

Ditengah COVID-19 ini, penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan dikarenakan pola masyarakat yang lebih banyak berdiam dirumah. Selain itu banyak UMKM yang memilih tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya pembatasan jam operasional atau pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah. Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah memperluas jaringan dengan memanfaatkan penjualan *e-commerce*.

*E-commerce* adalah proses di mana konsumen membeli dan menjual barang secara elektronik, dan perusahaan menggunakan komputer sebagai perantara untuk

transaksi komersial melalui komputer. *E-commerce* yang awalnya merupakan mekanisme retail online, kini memiliki arti yang lebih luas. (Laudon & Traver, 2016) menunjukkan bahwa *e-commerce* telah membentuk pasar digital baru dengan harga yang lebih transparan, akses yang mudah, dan pasar global dengan gudang yang efisien.



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Berdasarkan prinsip 4C (yaitu: *connect, create, use dan control*). Prinsip ini dapat memotivasi dan meningkatkan pengukuran laba atas investasi (ROI) perusahaan melalui partisipasi aktif (seperti umpan balik atau ulasan konsumen), dan membagikan atau merekomendasikannya kepada pengguna lain. Tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM.

Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Oleh karena itu, bagi UKM, penting untuk secara rutin meningkatkan kualitas produk dengan menyesuaikan kebutuhan, ekspektasi dan ekspektasi konsumen. Menurut (Garvin, 1998) ada delapan dimensi untuk menentukan kualitas produk, yaitu :

- a. Kinerja produk atau keterukuran produk
- b. Fungsi atau atribut lain yang melengkapi dan meningkatkan fungsi produk.
- c. Keandalan produk atau kemampuan untuk menahan kemungkinan perubahan dalam lingkungan bisnis dalam jangka waktu tertentu.
- d. Apakah produk tersebut memenuhi standar yang ada atau penerapan industri.
- e. Dari segi teknis dan nilai ekonomis, keawetan atau keawetan produk.
- f. Jika ada masalah, mudah diperbaiki dan dapat segera diperbaiki.
- g. Estetika produk, yaitu cara melihat, mendengar atau merasakan produk.

Persepsi kualitas produk meliputi reputasi merek dan faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Salah satu bentuk yang dapat meningkatkan kualitas produk adalah dengan melakukan kontrol kualitas produk yang lebih detail serta menjamin kebersihan dan keamanan produk. Selain itu, dengan semakin maraknya penggunaan penjualan online saat ini, peserta UMKM dapat menyesuaikan keawetan produk dan kemasannya, sehingga keawetan dan keamanan produknya harus lebih ditingkatkan. Selain meningkatkan kualitas produk, peserta UMKM juga dapat meningkatkan kualitas layanan dan menambah jenis layanan, seperti *delivery order* dan layanan pembelian online, serta menggunakan hotline layanan penjualan khusus yang dapat dengan mudah diakses konsumen. Walaupun beberapa perusahaan tidak bisa langsung memulai bisnis, UMKM juga bisa menggunakan metode pengiriman langsung (seperti membuat layanan pengiriman sendiri) atau menggunakan aplikasi (seperti gojek, grab, dll).

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil perhitungan dan pembahasan sebelumnya berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana maka dapat disimpulkan bahwa variable UMKM. Dimana setiap keunikan satu satuan *covid-19* akan menghambat perkembangan UMKM di Kabupaten Deli Serdang.

#### Saran

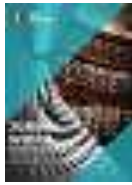
Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa karena adanya wabah covid-19 memberi pengaruh negative terhadap UMKM di Kabupaten Deli Serdang sehingga menyebabkan UMKM tersebut mengalami penghambatan dalam perkembangan usaha. Diharapkan *covid-19* cepat segera teratasi sehingga masyarakat dapat melakukan aktivitas usaha melakukan inovasi produk baru dan/atau mencari peluang kerja baru yang dibutuhkan pada saat pandemi ini.

#### Referensi



JURNAL WIDYA This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)





- [1] Anggraeni, Feni Dwi, dkk. *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal.* (Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295)
- [2] Firmansyah, Aditia Iqbal. 2018. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Tulungagung*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung)
- [3] Hartono dan Deny Dwi Hartono, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta*, (Jurnal Bisnis & Manajemen, Vol. 14, No. 1, 2014: 15-30)
- [4] Hidayati, Nurul. 2016. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten Bogor Periode 2012-2015* (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)
- [5] Purhanta, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [6] Resalawati, Ade. 2011. *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)
- [7] Salam, Muhammad Aminul Khoiri. *Perilaku Produksi di Tengah Krisis Global Akibat Pandemi Covid-19 dan Memanfaatkan Media Online Facebook Sebagai Alternatif Pasar*, (Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi)
- [8] Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- [9] Sugiyono. 2013. *Metode penelitian kualitatif*. Cet. 19. Bandung: Alfabeta
- [10] Supriyatna, Yayat. 2011. *Analisis Dampak Bencana Terhadap Perekonomian Indonesia Dengan Pendekatan SNSE*. (Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia)
- [11] Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV Pasal 6 [www.Suara.Com/Yoursay/2020/03/27/133435/Efek-Samping-Urgensi-Corona-Terhadap-Ekonomi](http://www.suara.com/Yoursay/2020/03/27/133435/Efek-Samping-Urgensi-Corona-Terhadap-Ekonomi) diakses 22 April 2020
- [12] Yuliana. 2020. *Wellness And Healthy Magazine*. Universitas Lampung

