



Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Masa Pandemi di Indonesia

Heryanto

STIE KBP Padang, Indonesia

E-mail: heryanto@akbpstie.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-03-27 Revised: 2023-05-22 Published: 2023-06-24	The pandemic has led MSMEs to be smarter in running their business. For this reason, MSMEs must be able to adapt in the ongoing digital era. As the aim of this study is to analyze MSMEs that have difficulty carrying out digital transformation of the business they are doing. This study uses a qualitative approach. Data analysis in this study used the hermeneutics method. Based on the results and discussion obtained for the effectiveness and digitization of MSMEs can be done through MSME training. MSME training is one of the solutions to problems during the pandemic in Indonesia. In addition, MSMEs face problems of management, human resources, capital and information technology.
Keywords: MSMEs; Hermeneutics; Start-Up; Training.	
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-03-27 Direvisi: 2023-05-22 Dipublikasi: 2023-06-24	Pandemik menuntun UMKM untuk lebih cerdas dalam menjalankan usahanya. Untuk itu UMKM harus dapat beradaptasi dalam era digital yang sedang berjalan. Sebagai Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis UMKM yang mengalami kesulitan melakukan transformasi digitalisasi terhadap usaha yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode hermeneutics. Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh untuk efektivitas dan digitalisasi UMKM dapat dilakukan melalui pelatihan UMKM. Pelatihan UMKM merupakan salah satu pemecahan masa dalam masa pandemik di Indonesia. Disamping UMKM menghadapi permasalahan-permasalahan pengelolaan, sumber daya manusia, permodalan dan teknologi informasi.
Kata kunci: UMKM; Hermeneutics; Start-Up; Pelatihan.	

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia seperti kata pepatah Hidup Segan Mati Tidak Mau. Pemerintah telah sedaya upaya melakukan program peningkatan UMKM tetapi kelihatannya tidak berhasil. Ditambah kondisi *pandemic Covid 19* yang terjadi di Indonesia. UMKM mengalami keterpurukan. Usaha tidak akan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Penurunan dari sisi permintaan yang mengakibatkan sisi penawaran menurun. Konsekwensi atas hal ini mengakibatkan pertumbuhan ekonomi menurun, harga-harga barang pada umumnya akan naik, pengangguran meningkat dan deficit neraca pembayaran.

Selanjutnya UMKM memberikan kontribusi terhadap total Pendapatan Domestik Bruto Indonesia adalah sebesar 60%. PDB Indonesia 2017 adalah sebesar Rp. 13600 trilyun. Dari PDB Indonesia tersebut dimana total pendapatan UMKM adalah sebesar Rp. 8160 trilyun yang terdiri dari usaha mikro memberikan kontribusi sebesar Rp 5000 trilyun pertahun, Usaha Kecil memberikan kontribusi sebesar Rp.1360, Usaha Menengah memberikan kontribusi sebesar Rp. 1800 trilyun. Ditambah usaha besar memberikan

kontribusi sebesar Rp 5440 (Haryanti dan Hidayat (2018).

Kendala UMKM merupakan persoalan yang sudah lama terjadi. Kendala-kendala yang dihadapi UMKM meliputi manajemen, permodalan, sumber daya manusia, keterbatasan informasi dan rendahnya daya juang. Dalam *era new normal* di Indonesia kendala-kendala UMKM tersebut seharusnya dapat diturunkan. UMKM sektor makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, perdagangan dan industri pengolahan merupakan sektor-sektor terkena dampak pandemic tinggi. Bagi UMKM yang cerdas dalam menyingkapi pandemic covid 19 maka UMKM memiliki peluang untuk bertumbuh (Herman, 2020). Untuk dapat menata jalannya UMKM di Indonesia maka pemerintah mengeluarkan UU No. 20/2008. Dalam UU tersebut dijelaskan bahwa "perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu." Dalam Tabel 1 dijelaskan kriteria aset dan omzet UMKM sebagai berikut.

Tabel 1. Kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Omzet (Dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp. 50 juta – Rp. 500 juta	Lebih dari Rp. 300 juta – Rp. 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp. 500 juta – Rp. 10 miliar	Lebih dari Rp. 2,5 miliar – Rp. 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp. 10 miliar	Lebih dari Rp. 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Dari Tabel 1 diatas dijelaskan kriteria usaha mikro apabila memiliki aset maksimal Rp. 50 juta dan omzet maksimal Rp. 300 juta pertahun atau sekitar Rp1.000.000 per hari (asumsi beroperasi aktif selama 300 hari/tahun). Sedangkan batas atas omzet untuk usaha kecil sebesar Rp. 8,3 juta perhari. Dan usaha menengah sebesar Rp167juta per hari. Permasalahan yang timbul bagi UMKM saat ini adalah UMKM yang ada masih sulit menyesuaikan usaha yang dijalankan untuk digitalisasi. Jadi hanya terbatas bagi UMKM yang berbentuk *start-up* yang menggunakan digital saja. Perlu ada cara-cara yang cerdas (*agile*) bagi UMKM untuk keluar dari lingkaran *pandemic* ini. UMKM *agile* yang akan bertahan dalam kondisi *pandemic*. Pelatihan dan pendampingan sebagai pendorong UMKM untuk dapat bertahan dan mencapai tujuan.

II. METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan penelitian maka metode analisis yang digunakan adalah pendekatan analisis kualitatif untuk studi kasus. Studi kasus digunakan untuk dapat memberikan bukti empiris terhadap teori atau preposisi (Myers, 2009; Veal, 2005). Studi kasus memungkinkan studi untuk mengeksplorasi masalah melalui satu atau lebih kasus dalam sistem dengan perincian mendalam dan melibatkan data dari berbagai sumber informasi yang akan dikompilasi berdasarkan laporan kasus atau tema deskripsi berbasis kasus (Creswell, 2007). Sifat penelitian kualitatif adalah dapat mengungkapkan realitas suatu fenomena, di mana pendekatan yang diambil mengarah pada pemahaman subyektif tentang perilaku objek penelitian sebagai rujukan. Lingkup penelitian ini adalah UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini terbatas

pada permasalahan UMKM untuk dapat menyesuaikan di era digitalisasi.

Pengumpulan informasi juga dilakukan sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Jenis pengumpulan informasi adalah penelitian lapangan, di mana peneliti secara langsung mengamati dan mencatat informasi (bukti) secara alami tanpa perlakuan atau intervensi khusus. Pengumpulan informasi mendalam diperoleh melalui (1) observasi, dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang kondisi alami UMKM, dan (2) wawancara mendalam, sebagai sumber utama dalam menjelaskan fenomena keberhasilan UMKM. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode hermeneutics, yang merupakan pendekatan untuk menganalisis dan menafsirkan data kualitatif yang berfokus pada interpretasi/makna data, terutama data tekstual (Myers, 2009). Analisis data menggunakan metode hermeneutik mengacu pada filosofi bagaimana mengembangkan pemanfaatan sudut pandang (perspektif) dari penelitian/teori sebelum penelitian, dan pada saat yang sama mempelajari keunikan fenomena subjek penelitian (Patterson & Williams, 2002).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perkembangan UMKM di Indonesia

Berkaca pada krisis moneter 1998 dan krisis keuangan global di tahun 2008, tatkala perusahaan-perusahaan skala besar banyak yang tumbang, sebaliknya sektor UMKM tampil sebagai penyelamat dan penopang perekonomian nasional. Ketangguhan UMKM menjadi modal utama, membawa perekonomian nasional selamat dari krisis dan perlahan tapi pasti perekonomian kita dapat pulih kembali. UMKM saat itu mampu menggerakkan ekonomi akar rumput dan menjaga daya beli masyarakat. Namun, kini kondisinya jauh berbeda kala pandemi *Covid-19* melanda negara kita. UMKM tak lagi tangguh, lumpuh, tidak dapat lagi diandalkan sebagai penopang perekonomian bangsa. Pangsa pasar yang dimilikinya, berupa kebutuhan masyarakat sehari-hari, baik sandang maupun pangan, menyempit (Simanjorang, 2020).

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan pertumbuhan ekonomi pada kuartal I-2020 menyentuh 2,97% imbas dihantam pandemi COVID-19. Angka ini menurun bandingkan kuartal I-2019 sebesar 5,07% yoy. Turunnya pertumbuhan ekonomi ini juga berdampak pada bisnis UMKM di Indonesia. Padahal menurut Kementerian Koperasi dan UKM,

UMKM ini membuka lapangan kerja di Indonesia sebanyak 99,7% pada tahun 2019. Kementerian Koperasi dan juga Usaha Kecil Menengah (UKM) mencatat ada 64,1 juta pelaku UMKM di Indonesia per semester I tahun 2019. Dari jumlah itu, sebanyak 63,3 juta atau 98,6 persen merupakan pelaku usaha mikro, sisanya pelaku usaha menengah (1,2 persen) dan menengah (0,09 persen). Dari 64,2 juta pelaku UMKM itu, baru 13 persen atau sekitar 8,8 juta UMKM diantaranya yang sudah memanfaatkan digitalisasi dalam menjalankan usahanya.

Penularan virus corona yang demikian cepat dan masif telah memaksa pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), tetapi juga berdampak mematikan berbagai aktivitas bisnis pelaku UMKM. Kebijakan PSBB tidak hanya membatasi aktivitas usaha para pelaku UMKM, tetapi juga hampir semua bidang usaha, baik skala besar, bahkan pekerja nonformal terdampak dengan kebijakan ini. Sektor usaha skala menengah dan besar di bidang pariwisata beserta turunannya seperti hotel, restoran, kafe, travel, pusat hiburan dan transportasi mengalami tekanan usaha yang sangat berat.

2. Aktual Masalah yang Dihadapi UMKM di Indonesia

Tiga kluster besar UMKM di Indonesia yaitu kluster produsen, usaha dagang, dan jasa. Produsen umumnya memproduksi aneka makanan dan minuman seperti tahu, tempe, kue basah, bakso, mie, sirop termasuk aneka sandang seperti pakaian/batik, tas, sepatu, kerajinan/souvenir, mebel, percetakan dan industri kreatif. Selanjutnya usaha dagang mencakup pedagang kaki lima, restoran, kafe, *catering*, aneka warung, kuliner, toko pakaian/*fashion*, toko sembako. Sedangkan usaha jasa (*service business*) seperti transportasi *online*, travel wisata dan umroh, kontraktor, pengadaan barang/jasa, bengkel, logistik, salon, klinik, *barbershop*, *event organizer*, desain dan percetakan.

Pangsa pasar dari kesemua bidang usaha UMKM tersebut akan sangat ditentukan oleh pergerakan manusia sebagai konsumen atau pelanggan. Semakin lama kebijakan bekerja dari rumah (*work from home*) dan PSBB, maka nasib usaha UMKM semakin tidak pasti, bahkan yang masih bertahan perlahan akan menyusul menutup usahanya. Dengan kondisi ini, UMKM praktis tidak memiliki kontribusi

dalam menjaga pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah. Berbanding terbalik dengan kondisi di kala normal, di mana UMKM menyumbang 60% produk domestik bruto (PDB) secara nasional dan pertumbuhan ekonomi yang ditopang dari konsumsi rumah tangga dominan digerakkan sektor ini. Termasuk kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja yang mencapai 96% dari 133 juta angkatan kerja secara nasional serta menyumbang 14% dari total ekspor. Walaupun selama ini pelaku UMKM masih kurang perhatian pemerintah dari sisi pembinaan, pemberdayaan dan pengembangan, namun realitasnya peran UMKM dalam menopang perekonomian nasional tidaklah bisa dipandang sebelah mata.

Sampai saat ini belum ada yang memastikan kapan *pandemic Covid-19* ini akan berakhir. Namun, jika kondisi *pandemic* berkelanjutan maka aktivitas usaha UMKM akan mati suri. Dampaknya angka kemiskinan dan pengangguran akan semakin tinggi, yang tentu akan menjadi beban sosial yang harus dipecahkan oleh pemerintah. Dampak *Covid-19* ini memang teramat sulit bagi UMKM, bahkan bisa digolongkan sebagai kejadian luar biasa yang sulit diprediksi sebelumnya. Sangatlah ironis kondisi yang dialami UMKM saat ini, yang harus menanggung ketirnya usaha akibat *Covid-19*. Pelaku UMKM mengapresiasi stimulus ekonomi yang diberikan pemerintah, yang salah satunya menysasar UMKM. Adanya keringanan pembayaran cicilan pokok dan bunga pinjaman, penundaan cicilan kendaraan baik berupa motor, mobil, perahu bagi nelayan, bahkan rumah, tentu dapat meringankan beban pelaku UMKM.

Harapannya, stimulus ataupun relaksasi pemerintah ini benar-benar direalisasikan di lapangan. Namun, perlu kiranya pemerintah juga perlu mengkaji stimulus tambahan yang lebih luas. Dari pemerintah daerah, misalnya keringanan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yang dipergunakan untuk usaha transportasi umum, keringanan pajak hotel dan restoran, serta pajak hiburan, termasuk sewa kios para pedagang pasar. Usulan ini sangat perlu dipertimbangkan oleh pemerintah daerah sebagai salah satu upaya agar UMKM yang masih beroperasi mampu bertahan. Atau mungkin stimulus lainnya yang kesemuanya agar UMKM mampu bertahan dan tidak putus asa sambil menunggu badai *Covid-19* cepat berlalu.

Dalam masa sulit seperti ini UMKM jangan dibiarkan jalan sendiri. Saatnya pemerintah memikirkan dari berbagai aspek nasib 64 juta pelaku UMKM yang selama ini menjadi roda penggerak konsumsi rumah tangga dan kekuatan perekonomian nasional. Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pertanian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pariwisata, Perhubungan, Kementerian Keuangan, Kementerian Desa, serta instansi terkait lainnya sudah saatnya melakukan inventarisasi masalah yang dihadapi UMKM sesuai bidang usaha masing-masing untuk selanjutnya diberikan jalan keluarnya. Pelaku UMKM yang sudah terpaksa tutup harus dicarikan solusi bagaimana agar mereka aktif dan bangkit kembali sebagai motor penggerak perekonomian nasional.

Pembahasan RUU Cipta Kerja, khususnya kluster UMKM yang saat ini sedang dibahas di tingkat Baleg DPR RI harus dikawal dan diberikan masukan yang komprehensif dan mendasar akan kelemahan UMKM selama ini. RUU Cipta Kerja menjadi tumpuan harapan pelaku UMKM untuk menatap masa depan yang lebih cemerlang pasca *Covid-19*. Kelemahan UMKM selama ini dari aspek kemudahan perizinan, permodalan, kemitraan, pemasaran, kewajiban memakai produk UMKM, sertifikasi halal, kuota lahan khusus, skala upah minimum khusus UMKM. Selain itu, administrasi perpajakan, kemudahan HAKI, tenaga pendamping, proyek yang bersumber dari APBN/APBD untuk UMKM, serta penguatan SDM melalui pelatihan yang rutin kepada para pelaku UMKM. Hendaknya penanganan kelemahan-kelemahan itu dapat diakomodir dalam RUU Cipta Kerja. Penguatan UMKM dalam RUU Cipta Kerja menjadi modal besar setelah *Covid-19* berakhir. Pelaku UMKM dapat berlari kencang mewarnai aktivitas bisnis di Tanah Air dan menjadi penopang dan kekuatan perekonomian bangsa.

Permasalahan UMKM yang umum terjadi di Indonesia beserta dengan solusinya (Sandi, 2019):

a) Permasalahan UMKM paling klasik adalah soal modal

Permasalahan UMKM yang paling sering ditemui adalah modal yang terbatas. Para pelaku UMKM mungkin saja memiliki banyak ide bisnis untuk mengembangkan usahanya, namun harus terhenti karena tidak adanya modal tambahan. Jika di-

telusuri ke belakang, banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan modal tambahan dari lembaga keuangan dikarenakan banyaknya persyaratan yang belum terpenuhi. Hal ini senada dengan hasil survei yang dilakukan oleh Pricewaterhouse Coopers, yang mana 74% UMKM di Indonesia belum mendapatkan akses pembiayaan.

Perkembangan teknologi memberikan solusi baru bagi pelaku UMKM dalam mendapatkan modal tambahan. Sebut saja kehadiran teknologi finansial (*fintech*) melalui sistem urunan dana atau yang dikenal dengan istilah *crowdfunding*. Cara pendanaan baru ini menjadi tantangan bagi pelaku UMKM dalam meyakinkan khalayak umum untuk mendanai usaha mereka. *Crowdfunding* sendiri dibagi menjadi dua, yaitu *reward* dan *equity*. Sistem *crowdfunding* berbasis *reward* mirip juga dengan bentuk sponsor, yang mana seseorang berminat untuk mendanai usaha dan juga menerima imbalan. Sistem *reward* ini tidak mengharapkan keuntungan finansial.

Sedangkan yang kedua merupakan *crowdfunding* berbasis *equity* yang mirip dengan investasi konvensional dalam bentuk saham yang sifatnya *profit sharing*. Investor yang tertarik untuk meminjamkan modal akan mendapatkan saham perusahaan sekaligus mendapatkan keuntungan perusahaan sesuai dengan banyaknya saham mereka di perusahaan tersebut.

b) Permasalahan UMKM lainnya terkait urusan perizinan

UMKM di Indonesia yang tidak adanya izin usaha resmi mendatangkan efek domino bagi pelaku UMKM. Akibatnya sulit bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka menjadi lebih besar lagi. Untuk itu, sebaiknya memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang diterbitkan berdasarkan domisili usaha. Keberadaan SIUP penting dimiliki oleh pelaku UMKM agar usaha yang dijalankan memiliki bukti yang sah dari pemerintah. Perihal SIUP diatur oleh pemerintah dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 46/2009 tentang Perubahan Atas Permendag No. 36/2007 mengenai Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan.

- c) Rendahnya kesadaran untuk membayar pajak juga jadi permasalahan UMKM di Indonesia

Selain perizinan, regulasi lain yang kerap diabaikan oleh pelaku UMKM adalah soal pembayaran pajak. Dari sekitar 60 juta pelaku UMKM di Indonesia, hanya 2,5% saja atau sekitar 1,5 juta pelaku UMKM yang melaporkan pajaknya. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pelaku UMKM paham akan cara menghitung pajak yang menjadi kewajiban mereka. Efek terburuk yang bisa menimpa pelaku UMKM adalah usaha mereka bisa mengalami gulung tikar karena modal yang ada habis dipakai untuk membayar sanksi pajak yang telat dibayarkan.

- d) Kurangnya inovasi jadi permasalahan UMKM yang tidak bisa terelakan

Jumlah UMKM di Tanah Air yang terus bertambah bagai 2 sisi mata uang. Di satu sisi, geliat masyarakat Indonesia yang tinggi dalam membuat bisnis sendiri sangat baik dalam membantu mendorong perekonomian nasional. Di sisi lain, banyak juga yang mendirikan usaha hanya karena ikut-ikutan tren atau lath. Alasan terakhir inilah yang membuat banyak pelaku UMKM jalan di tempat dalam mengembangkan usahanya karena minimnya inovasi. Akhirnya banyak usaha yang hanya bertahan selama 1-2 tahun, kemudian bangkrut karena produk atau jasa yang ditawarkan tidak kuat atau kalah bersaing. Banyak pelaku UMKM di Indonesia yang hanya menjalankan bisnis berdasarkan ikut-ikutan tanpa melihat potensi diri yang dimilikinya.

Tidak mengherankan jika produk UMKM lokal yang berhasil menembus pasar internasional terbilang masih sedikit. Jika dibandingkan dengan produk sejenis dari negara luar, produk UMKM Indonesia kalah saing baik dari segi kualitas dan harga. Produk yang lahir dari lath atau ikut-ikutan tren ini tidak muncul dari konsep yang matang dan memiliki kemiripan satu sama lain dengan produk sejenis. Di awal, permintaan dan barang ditawarkan sama-sama banyak, namun lama-kelamaan permintaan menjadi turun karena konsumen yang sudah bosan dengan barang sejenis.

Untuk itu, pelaku UMKM diharapkan mampu untuk berpikir kritis sekaligus inovatif dalam memproduksi barang dan

jasa. Meski barang yang ditawarkan sejenis, tetapi jika masing-masing memiliki perbedaan yang signifikan yang membuat konsumen mempunyai banyak pilihan. Pelaku UMKM dapat melakukan riset terhadap perilaku konsumen sekaligus *trial and error* untuk mengetahui formula yang tepat bagi produk yang dihasilkan. Perkembangan teknologi yang ada juga membuka peluang bagi Anda untuk dapat mengikuti pelatihan atau *workshop* yang bermanfaat bagi kelangsungan usaha Anda. Selain memperhatikan kualitas produk, peningkatan layanan juga penting untuk diperhatikan terutama bagi pelaku UMKM di bidang jasa.

- e) Permasalahan UMKM juga lahir dari banyaknya pelaku UMKM yang masih gagap teknologi

Familiar dengan istilah gagap teknologi atau yang sering disingkat dengan *gaptek*. Istilah ini merupakan sebutan bagi individu yang tidak tahu-menahu tentang kemajuan teknologi serta tidak bisa mengoperasikannya. Kondisi gagap teknologi ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya kondisi ekonomi, kondisi lingkungan, lokasi wilayah, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi yang terjadi sekarang ini melahirkan geliat ekonomi digital yang justru membawa banyak manfaat bagi pelaku UMKM, tidak hanya memasarkan produknya tetapi juga memudahkan proses produktivitas bagi para pelaku UMKM. Kehadiran saluran *marketplace* dan media sosial membuka peluang bagi pelaku UMKM dalam mengenalkan produk mereka ke ranah yang lebih luas. Selain itu, produktivitas pegiat UMKM semakin lebih mudah dan juga efisien berkat adanya perkembangan teknologi, mulai dari melakukan pembukuan secara digital, membayar pajak melalui sistem aplikasi, dan lain-lain.

Seperti yang sudah disebutkan di atas, salah satu faktor yang menjadi kendala adalah tidak meratanya penyebaran informasi di Tanah Air yang menyebabkan munculnya virus *gaptek* ini. Selain itu, *generation gap* antara pelaku UMKM yang diwakilkan oleh generasi X dan pelaku UMKM dari generasi milenial melahirkan jarak soal permasalahan UMKM ini. Ada baiknya pelaku UMKM di usia muda turut mengajarkan atau memberikan penyuluhan

terkait teknologi terkini terhadap pelaku UMKM di usia senior. Mereka yang lebih tua juga diharapkan tidak segan untuk bertanya mengenai *update* terkini di dunia bisnis.

3. Perilaku Konsumen UMKM di Indonesia

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Simamora, 2012) yaitu:

- a) Faktor kebudayaan termasuk kultur, sub-kultur, kelas sosial.
- b) Faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan juga status sosial dari konsumen.
- c) Faktor pribadi yaitu keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.
- d) Faktor psikologis, pada suatu saat tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus. Sedangkan kebutuhan bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan psikologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya.

Pandemik Corona memberikan tekanan kepada semua usaha termasuk juga UMKM. Hal tersebut terjadi karena konsumen mengubah perilaku konsumsi mereka. Konsumen lebih banyak diam dirumah sehingga distribusi dilakukan langsung ke konsumen. Pergeseran pola konsumsi tersebut menyebabkan terjadinya penurunan penjualan terhadap UMKM di Indonesia. Apalagi pola konsumsi berubah dengan memprioritaskan pengeluaran pada barang dan jasa seperti makanan dan juga alat kesehatan.

4. Penyelesaian Masalah UMKM di Indonesia

Di dunia digital ini, semakin banyak e-commerce dan marketplace membuat perkembangan UKM semakin pesat. Tanpa adanya UKM roda perekonomian akan macet dan memberikan banyak dampak pada usaha skala besar. Sifat dari usaha kecil yang mudah dibentuk dan gesit membuat banyak ruang bagi pencari lowongan kerja. Hal inilah yang mendasari perhatian pada usaha kecil semakin besar dilakukan untuk menjaga kondisi ekonomi Indonesia.

Demikian cara mengatasi jika mengalami masalah modal UMKM, solusi yang bisa diterapkan adalah memanfaatkan lembaga pendanaan yang menawarkan modal pembiayaan berbasis sistem *equity crowdfunding*. Melalui fasilitas ini, UMKM mendapatkan modal usaha dari orang-orang yang berminat untuk membiayai suatu usaha, termasuk usaha skala UKM. Beberapa contoh pendanaan dengan sistem crowd funding antara lain yaitu: Gandengtangan.com, Indiegogo.com, kolase.com, Akseleran.com, Koinworks.com. Demikian, ada beberapa syarat yang harus dilengkapi untuk mendapatkan pendanaan dari berbagai perusahaan tersebut. Namun, syarat tersebut tidak serumit jika meminjam dana dari bank.

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari dukungan UMKM. Oleh karena pentingnya UMKM maka perlu dilakukan pelatihan UMKM guna menunjang keberlangsungan dari UMKM di Indonesia dan juga membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada seperti aspek pengelolaan atau manajemen hingga aspek permodalan yang dibutuhkan. Selanjutnya juga diuraikan manfaat dari memberikan pelatihan UMKM sebagai berikut:

a) Meningkatkan Produktifitas

Sebagian pemilik UMKM merupakan pelaku usaha mandiri. Namun, melalui pelatihan UMKM diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dengan meningkatkan keterampilan dalam proses produksi maupun peningkatan manajerial. Melalui pelatihan bisnis terutama peningkatan keterampilan, pemilik UMKM diajarkan untuk dapat meningkatkan produktifitas produksi sehingga didapatkan hasil yang optimal. Dengan pelatihan juga mampu melatih ketrampilan manajerial dari pelaku UMKM dimana akan diajarkan tentang bagaimana pemecahan masalah-masalah yang dapat mengganggu produktifitas usaha.

b) Meminimalkan Biaya dan juga Jumlah Kecelakaan Kerja

Melalui pelatihan bisnis, diajarkan bagi pemilik UMKM untuk sadar akan pentingnya keselamatan kerja. Kecelakaan kerja yang terjadi tentunya menambah penggunaan dana atau biaya yang bisa saja berasal dari modal UMKM. Modal usaha kecil menengah sangat terbatas sehingga perlu adanya efektifitas penggunaan dana oleh pemilik usaha. Pelatihan bisnis ini diharap-

kan mengurangi kecelakaan kerja melalui pengaturan manajerial dan pengaturan sistem kerja yang baik sehingga financial dari UMKM dapat dimaksimalkan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

c) Meminimalkan Masa Belajar

Pelatihan bisnis khususnya mentoring memberikan kesempatan bagi pemilik usaha untuk dapat belajar dari para ahli. Pengalaman dari para mentor diharapkan mempersingkat waktu pemilik usaha untuk belajar melalui pengalaman. Mentor akan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi sekaligus membantu menyusun strategi dan konsep bisnis untuk usaha kecil menengah. Dengan pelatihan seperti ini, pemilik usaha diharapkan dapat menjalankan usaha dengan optimal dan efektif.

d) Pengaturan Keuangan Yang Optimal

Usaha Kecil Menengah umumnya dimulai dengan modal yang kecil. Modal ini harus dioptimalkan untuk segala macam hal operasional dari usaha. Namun, kendala bagi pemilik UMKM adalah pengaturan keuangan yang belum terstruktur rapi. Hal ini tentu akan berdampak jangka panjang terhadap bisnis UMKM. Melalui pelatihan bisnis dapat diajarkan untuk membuat pembukuan yang terstruktur, cashflow dan konsep keuangan yang rapi sehingga dengan data statistik yang dihasilkan memudahkan bagi pemilik UMKM untuk melihat perkembangan usahanya, progress piutang dan utang serta keseluruhan profitnya dapat dihitung dengan baik. Jika perhitungan laba rugi dan pembukuan tidak jelas maka lambat laun tanpa disadari oleh pemilik UMKM, usahanya akan mengalami penurunan.

e) Sadar Akan Teknologi Terbaru

Melalui pelatihan bisnis tidak hanya diajarkan tentang operasional dan teknis namun juga pemilik UMKM diberikan pengertian tentang teknologi terbaru yang dapat digunakan untuk efisiensi kinerja. Tidak hanya dari segi peralatan namun juga dari segi pemasaran seperti contohnya membawa UMKM ke dunia digital yang sedang marak di masyarakat saat ini sehingga usaha lebih dikenal oleh masyarakat. UMKM di Indonesia mulai banyak merambah ke dunia digital seperti e-commerce dan marketplace. Ini adalah wadah bagi pemilik UMKM untuk memak-

simalkan usaha dan potensi kreatifitasnya. Optimasi penggunaan e-commerce dan media social dapat dilakukan agar UMKM berkembang pesat. Perkembangan e-commerce yang cukup pesat tidak lain karena sumbangsih dari bisnis UMKM yang banyak di Indonesia.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis hermeneutic diatas diatas dapat dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Permasalahan yang dihadapi UMKM di Indonesia meliputi modal, perizinan, rendahnya kesadaran membayar pajak, kurangnya inovasi dan pelaku UMKM yang masih gagap teknologi.
2. Pandemi Corona memberikan tekanan kepada semua usaha termasuk juga UMKM. Hal tersebut terjadi karena konsumen mengubah perilaku konsumsi mereka. Konsumen lebih banyak diam dirumah sehingga distribusi dilakukan langsung ke konsumen. Pergeseran pola konsumsi tersebut menyebabkan terjadinya penurunan penjualan terhadap UMKM di Indonesia. Apalagi pola konsumsi berubah dengan memprioritaskan pengeluaran pada barang dan jasa seperti makanan dan juga alat kesehatan.
3. Solusi masalah modal UMKM adalah memanfaatkan lembaga pendanaan yang menawarkan modal pembiayaan berbasis sistem *equity crowdfunding* yang juga meliputi Gandengtangan.com, Indiegogo.com, kolase.com, Akseleran.com, dan Koinworks.com.
4. Efektivitas dan degitalisasi UMKM dilakukan melalui pelatihan UMKM. Adapun manfaat dari memberikan pelatihan UMKM diantara meningkatkan produktifitas, meminimalkan biaya & jumlah kecelakaan kerja, meminimalkan masa belajar, pengaturan keuangan yang optimal dan sadar akan teknologi terbaru.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Masa Pandemi di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Andy (2020). 7 Alasan Mengapa Bisnis UKM Wajib Go Online. <https://qwords.com/blog/bisnis-ukm-go-online/>
- Bhave, M. P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of business venturing*, 9(3), 223-242.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: choosing among five approaches*. Sage Publications. California. 395 p.
- Deakins, D. & Whittam, G. (2000): *Business Start Up: theory, practice and policy*. In *Enterprise and Small Business Principles, Practice and Policy*, eds. S. Carter & D. Jones-Evans, 115-131. UK: Prentice-Hall.
- Hannan, M. T., & Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American journal of sociology*, 929-964.
- Haryanti, Dewi Meisari dan Hidayat, Isnati (2018, 24 Juli). Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Herman (2020, 16 June). New Normal Jadi Peluang Bagi UMKM. *Berita Satu*. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/645683-new-normal-jadi-peluang-bagi-umkm>
- Lim, S. S., Platts, K., & Minshall, T. (2008). An exploratory study on manufacturing strategy formulation in start-up companies.
- LPPI & Bank Indonesia (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia
- Marikson (2017). Apa Itu Startup: Pengertian, dan Perkembangan Bisnis Startup di Indonesia. <https://www.maxmanroe.com/apa-itu-startup.html>
- Myers, M. D. (2009) *Qualitative research in bussiness & management*. SAGE Publication Inc. London. 284 p
- Núñez, L. G. (2007). The process and problems of business Start-Ups. *Pensamiento y gestión: revista de la División de Ciencias Administrativas de la Universidad del Norte*, (22), 232-255.
- Patterson, M. E. & Williams, D. R. (2002). *Collecting and analyzing qualitative data: hermeneutic principles, methods, and case examples*. Sagamore Publishing. Champaign, Illinois. 127p.
- Radovic Markovic, M., & Salamzadeh, A. (2012). *The Nature of Entrepreneurship: Entrepreneurs and Entrepreneurial Activities*. LAMBERT Academic Publishing (LAP): Germany. ISBN: 978-3-659-14311-3.
- Rizka, Ikmal Rizka (January 2019). *Perkembangan Bisnis Startup di Indonesia 2019*. rintisanstartup.com/perkembangan-bisnis-startup-di-indonesia-2019/
- Salamzadeh, A. (2015 a). *Innovation Accelerators: Emergence of Startup Companies in Iran*. In 60th Annual ICSB World Conference June. UAE (pp. 6- 9).
- Samuelsson, M., & Davidsson, P. (2009). Does venture opportunity variation matter? Investigating systematic process differences between innovative and imitative new ventures. *Small Business Economics*, 33(2), 229-255.
- Sandi, Fajar Billy (2019). 5 Permasalahan UMKM yang Sering Terjadi di Indonesia dan Solusinya. <https://www.online-pajak.com/permasalahan-umkm>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (Vol. 55). Transaction publishers.
- Serarols C. (2008). The process of business start-ups in the internet: a multiple case study, *International Journal of Technology Management*, 43 (1-3), 142-159.
- Simamora, Bilson (2012) *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Simanjorang, Sarman (2020). *Nasib UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. <https://investor.id/opinion/nasib-umkm-di-tengah-pandemi-covid19>

- STUDI L M U Editor (2020). 7 Ciri Generasi Milenial. <https://www.studilmu.com/blogs/details/7-ciri-generasi-milenial>
- Sulaiman, Fajar (2019). Dorong UMKM Naik Kelas di Era Revolusi Industri 4.0, Ini Langkah Pemerintah. <https://www.wartaekonomi.co.id/read258853/dorong-umkm-naik-kelas-di-era-revolusi-industri-40-ini-langkah-pemerintah>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/Undang-Undang%20Nomor%2020%20Tahun%202008%20Tentang%20Usaha%20Mikro,%20Kecil,%20dan%20Menengah.pdf>
- Van de Ven, A. H., Hudson, R., & Schroeder, D. M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. *Journal of management*, 10(1), 87-108.
- Veal, A. J. 2005. *Business Research Methods: A Managerial Approach*. (2nd Edition). Pearson Education Australia. New South Wales. 362 p.
- Veciana, J. M. (1988): "Empresari I process de creació d'empreses", *Revista Economica de Catalunya*, num.8. May-August.
- Vesper, K. H. (1990): *New Venture Strategies*, 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.