



SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN IMMI

PROGRAM STUDI DIPLOMA (D3) MANAJEMEN PERUSAHAAN
PROGRAM STUDI SARJANA (S1) STRATA SATU MANAJEMEN
PROGRAM STUDI PASCASARJANA (S2) MAGISTER MANAJEMEN

email : stieimmi@cbn.net.id, twitter : STIMAIMMI, facebook : stima.immi3 Website : www.stimaimmi.ac.id

SURAT TUGAS

No. 319/TGS/STIMA-IMMI/D.2/VIII/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Manajemen IMMI, dengan ini menugaskan kepada :

Nama : Nova Rina, S.Sos, M.M
Jabatan : Dosen Tetap STIMA IMMI
Alamat : Jl. Raya Tanjung Barat No. 11 Pasar Minggu – Jakarta Selatan

Untuk Melakukan Penelitian dengan judul “PENGUATAN USAHA KECIL PADA MASA PANDEMI COVID-19”. Dan dapat dipublikasi di jurnal di aku.

Demikian surat tugas ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 2 Agustus 2023

Hormat Kami,

STIMA IMMI

Sri Wahyuningsih, S.E., M.M.

Ketua



PENGUATAN USAHA KECIL PADA MASA PANDEMI COVID-19

Yuyus Yudistria¹, Ina Primian², Nova Rina³

¹Universitas Esa Unggul, Jakarta 11470

²Universitas Padjadjaran, Bandung 45363

³STIMA IMMI Jakarta, Jakarta 12530

yuyus.yudistria@esaunggul.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Sejarah Artikel: Diterima tgl. 23/08/2023 Diperbaiki tgl. 53/08/2023 Disetujui tgl. 25/08/2023 Tersedia daring tgl. 25/08/2023	<p>Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana strategi penguatan usaha kecil Kota Bandung pada masa Pandemi Covid 19 dan akan datang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan teknik sampling snow ball sampling. Sampel penelitian ini adalah sejumlah 3.976 pelaku usaha yang terdapat di 30 Kecamatan pada Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan dengan adanya pandemi covid 19 mengakibatkan berbagai masalah pada usaha kecil, terutama berdampak pada pendapatan usaha kecil mengalami penurunan, sehingga dengan adanya penurunan tersebut pelaku usaha kecil membutuhkan pendampingan atau pembinaan dalam bidang keuangan serta pemasaran, serta membutuhkan bantuan berupa stimulus bantuan modal, bantuan sosial dan bantuan pemasaran. Dengan adanya pandemi covid 19 tersebut pelaku usaha masih memiliki sikap optimis usahanya masih bisa berjalan dan berkembang. Penguatan usaha kecil di Kota Bandung perlu menjalankan kembali kegiatan pelatihan/pendampingan hingga pemasaran, serta melakukan updating data pelaku usaha untuk memanfaatkan dana bansos; Updating data produk usaha kecil; membuat peta usaha per kecamatan; serta perlu melakukan promosi produk usaha kecil di Kota Bandung.</p>
ISSN-E: 2962-4746 ISSN-P: 2961-8312	Kata Kunci: Penguatan, Usaha Kecil, Pandemi.
DOI: 10.58290/jmbo.v2i1.138	©2022. Diterbitkan oleh Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi (JMBO). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi CC BY (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 memiliki pengaruh pada aspek sosial ekonomi di mayoritas negara di dunia. Berdasarkan sudut pandang ekonomi dari sisi permintaan berdampak pada aspek konsumsi, transportasi, biaya dan

perdagangan. Sisi penawaran menunjukkan terkontraksinya produktivitas pekerja, penurunan investasi, serta rantai pasokan global.

World Health Organization (WHO) menyatakan Covid 19 kondisi penularan penyakit dan tingginya jumlah

penyebaran virus terjadi secara tiba-tiba serta menyebar ke berbagai negara yang bisa mempengaruhi banyak orang (Aeni,2022). Bencana pandemi Covid-19 memberikan dampak pada berbagai jenis usaha, terutama pada sektor produksi berbahan baku impor. Diberlakukannya kebijakan lockdown pada berbagai negara berdampak pada masalah kelambatan pasokan bahan baku yang masuk sehingga berdampak pada proses produksi industri.

Sektor usaha kecil merupakan salah satu sektor yang terdampak dari Pandemi covid-19. Sektor ini merupakan salah satu sektor yang menopang roda perekonomian karena mayoritas usaha berada pada golongan Usaha Mikro dan kecil. UMKM diharapkan menjadi salah satu sektor usaha dapat penopang stabilitas perekonomian wilayah di masa pandemic covid 19, serta diharapkan semakin optimistis di tengah pandemi covid 19 saat ini.

Tingginya dampak dari pandemi Covid 19 terhadap perekonomian, namun demikian penelitian yang dilakukan hanya sebatas membahas dampak pandemi Covid19 pada UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh (Amini & Fitriansari, 2020) menyatakan pandemic Covid19 berdampak negatif terhadap UMKM di Provinsi Jawa Timur yaitu terjadinya penurunan penjualan sebesar 48%, masalah bahan baku 27,21%, masalah permodalan 7,72%, dan 9.88% kesulitan pemodal. (Ihza 2020) menyatakan dampak Covid terhadap UMKM terdampak cukup tinggi

penurunan pendapatan usaha dan daya beli masyarakat. (Rosita,2020) menyatakan Industri automotive, industri baja, peralatan listrik, industri tekstil, industri kerajinan dan alat berat, serta pariwisata merupakan jenis UMKM yang paling terdampak dari pandemi Covid19. (Pratiwi dkk, 2021) menyatakan covid berdampak pada penurunan pendapatan yang cukup besar pada jenis usaha kriya, jasa, pariwisata, perdagangan, dan kuliner, hanya bidang usaha agribisnis yang mengalami peningkatan pendapatan. UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian di Indonesia. Dengan jumlah UMKM yang sangat besar yaitu sebanyak 64,19 juta dan didominasi oleh Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sebesar 63,13 juta atau setara dengan 99,92% dari seluruh sektor usaha yang ada maka keberadaan UMKM ini sangat dibutuhkan (Bahtiar, 2021).

Menurunnya tingkat produktivitas UMKM menjadi persoalan yang pelik bagi roda perekonomian. Kondisi tersebut tentunya UMKM merupakan salah satu urat nadi perekonomian baik di daerah maupun secara nasional. Secara umum UMKM memiliki peran dalam perekonomian seperti: Pertama pemeran utama kegiatan ekonomi; kedua, penyerapan tenaga kerja terbesar; ketiga, peran perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat; keempat, menciptakan pasar baru dan sumber inovasi, dan kelima memberikan kontribusi pada neraca pembayaran. Selain itu, UMKM memiliki peran

penting dalam pekerjaan dan pendapatan bagi kelompok masyarakat miskin, distribusi pada pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi wilayah pedesaan.

Pada pandemi covid-19, telah dikeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang yang mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah (Hardilawati, 2020). Selanjutnya, pemerintah membuat kebijakan PPKM (Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), yang paling merasakan dampak kebijakannya tersebut adalah pelaku usaha UMKM. Sehingga, dengan adanya pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM mengalami kesulitan jika hanya memanfaatkan metode konvensional tersebut.

Penyusunan strategi penguatan usaha kecil pada masa Pandemi Covid 19, hal tersebut berguna untuk mengetahui masalah, kebutuhan dan harapan usaha kecil sehingga tetap bertahan pada kondisi pandemi serta dapat meningkat setelah berakhirnya pandemi.

LANDASAN TEORI

UMKM adalah suatu unit usaha produktif yang berdiri sendiri, pelaku usahanya adalah orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012:2).

Berdasarkan data BPS dan Kementerian Koperasi (2018), dari seluruh kelas usaha menunjukkan bahwa usaha skala kecil menempati porsi sekitar 99%, artinya bahwa mayoritas usaha di Indonesia berskala usaha kecil, hanya 1% usaha menengah dan besar. Berdasarkan perkembangan dan pertumbuhan dari tahun ke tahun cukup bagus. Selama ini pemerintah Indonesia memberikan perhatian yang lebih pada sektor usaha kecil. Alasannya, usaha kecil ini diharapkan dapat menyerap tenaga kerja.

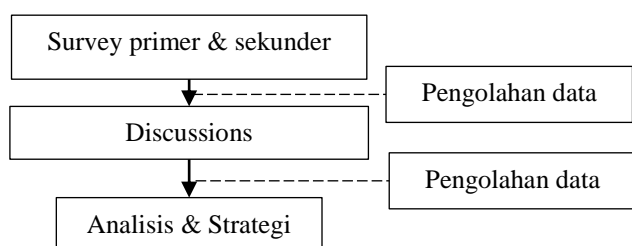
Karakteristik usaha kecil dan menengah menurut Tambunan (2012: 6), terdapat perbedaan antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah dalam hal alasan atau motivasi pengusaha dalam berusaha. Perbedaan motivasi pengusaha ditinjau sebagai karakteristik. Pelaku usaha mikro mayoritas mempunyai keinginan dalam memperoleh perbaikan atau penambahan pendapatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha mikro berinisiatif mencari pendapatan tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari.

Selanjutnya, Tambunan (2012:8) menjelaskan pengusaha kecil mempunyai alasan lebih realistis yaitu melihat prospek usaha kedepan dengan kendala modal terbatas. Sebagian besar pengusaha kecil mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang pangsa pasar. Usaha mikro kecil dan menengah tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu. Perkembangan ini berdampak

pada persaingan yang semakin meningkat. Persaingan yang meningkat cenderung dapat menyebabkan tingkat rate of return yang dihasilkan mengarah pada keseimbangan.

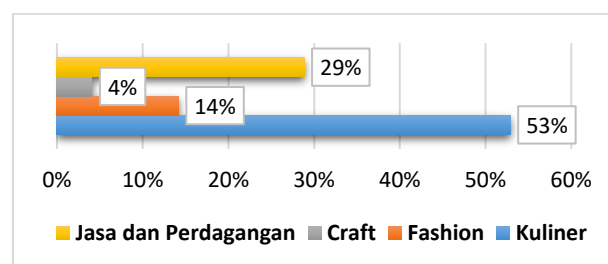
METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan teknik sampling snow ball sampling, serta sampel yang diambil tidak ditekankan pada banyaknya sampel melainkan ditekankan pada pemahaman sampel terhadap permasalahan yang diteliti. Sampel penelitian ini adalah sejumlah 3.976 UMKM yang terdapat di 30 Kecamatan pada Kota Bandung. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, Focus Group Discussion (FGD). Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis interaktif. Adapun tahapan penelitian yang dilakukan antara lain



Gambar 1. Metodologi

1. Kondisi Eksisting UMKM Kota Bandung



Gambar 2 UMKM Berdasarkan Komoditas Kota Bandung

Sumber: Hasil Survei Tahun 2020 (diolah)

Berdasarkan Komoditas UMKM yang terdapat di Kota Bandung mayoritas dalam sektor Kuliner yaitu sebesar 53%, kemudian di ikuti sektor Jasa dan perdagangan sebesar 14%, Fashion sebesar 29% dan Craft 4%. Artinya bahwa pelaku usaha UMKM di Kota Bandung bergerak di bidang kuliner, sehingga Bandung dikenal sebagai Kota Kuliner bagi masyarakat luar Bandung.

Penghasilan UMKM sebelum dan pada saat Pandemi Covid 19 di Kota Bandung. Sebelum adanya adanya wabah Covid-19 jumlah pendapatan yang diterima rata-rata 39% pelaku UMKM berada diantara Rp 500.000-Rp 1.000.000 dengan rincian secara berurutan dari persentase tertinggi-terendah adalah sebagai berikut: 39% pelaku UMKM menerima diantara Rp.500.000 - Rp.1.000.000, -, 36% menerima diantara Rp.1.000.000,- - Rp.5.000.000,-, 17% menerima dibawah bawah Rp.500.000,- dan sebesar 9% yang menerima lebih dari Rp.5.000.000,- . berdasarkan nilai rata-rata tersebut maka

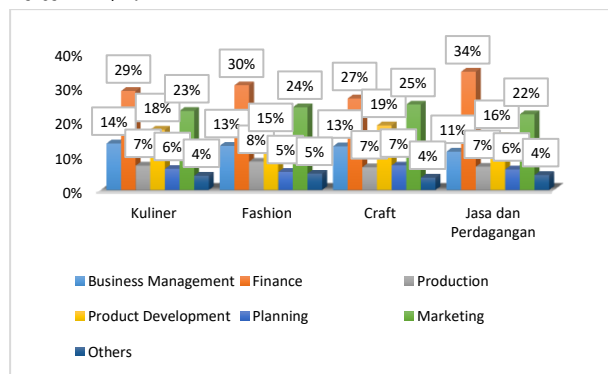
HASIL DAN PEMBAHASAN

mayoritas usaha di Kota Bandung dapat diKomoditaskan masuk dalam usaha mikro.

Setelah adanya pandemi Covid 19, berdampak terhadap penghasil pelaku usaha UMKM, yaitu terjadinya penurunan pendapatan. Berbeda dengan sebelum adanya COVID 19, persentase terbesar (39%) pendapatan pelaku UMKM berada diantara Rp.500.000 - Rp.1.000.000, dengan adanya Covid-19 maka persentase terbesar (71%) pendapatan pelaku UMKM menjadi kurang dari Rp.500.000,- selanjutnya 23,3% kemudian memperoleh pendapatan diantara Rp.500.000,- Rp.1.000.000,-.

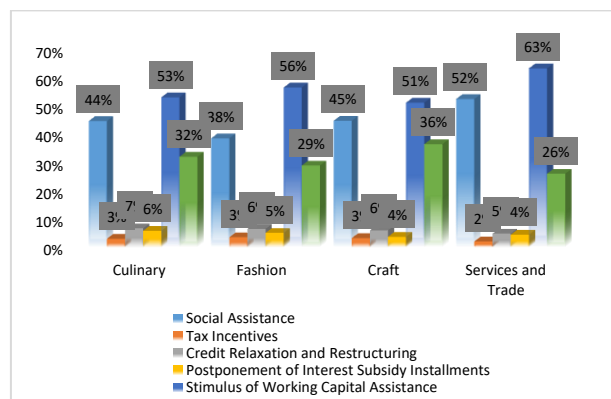
2. Pembinaan, Pendampingan dan Pelatihan yang Diharapkan

Pembinaan atau pendampingan yang diharapkan pelaku usaha di Kota Bandung. Komoditas UMKM baik sektor Kuliner, Fashion, Craft dan Jasa, sama-sama menunjukkan harapan pembinaan atau pendampingan dalam bidang keuangan yaitu rata-rata 30%, kemudian pemasaran dengan rata-rata sebesar 23%, dan pengembangan produk dengan rata-rata 17%.



Gambar 3 Pembinaan/Pendampingan yang Diharapkan UMKM Kota Bandung
Sumber: Hasil Survei Tahun 2020 (diolah)

3. Bantuan yang Diharapkan

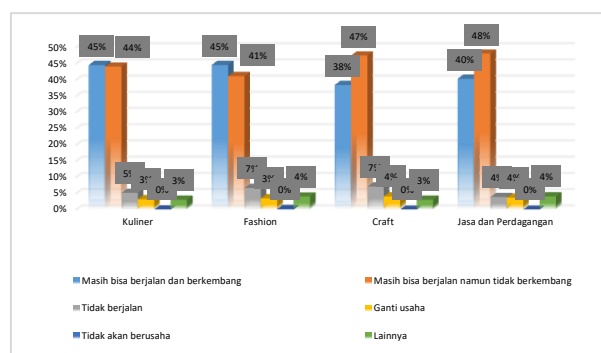


Gambar 4 Bantuan yang Diharapkan UMKM Kota Bandung

Sumber: Hasil Survei Tahun 2020 (diolah)

Bantuan yang diharapkan pelaku usaha di Kota Bandung. Komoditas UMKM di sektor Kuliner, Fashion, Craft dan Jasa, sama-sama menunjukkan harapan bantuan stimulus bantuan modal kerja yaitu rata-rata 56%, kemudian bantuan sosial rata-rata sebesar 45%, dan bantuan pemasaran rata-rata sebesar 31%.

4. Prospek Usaha



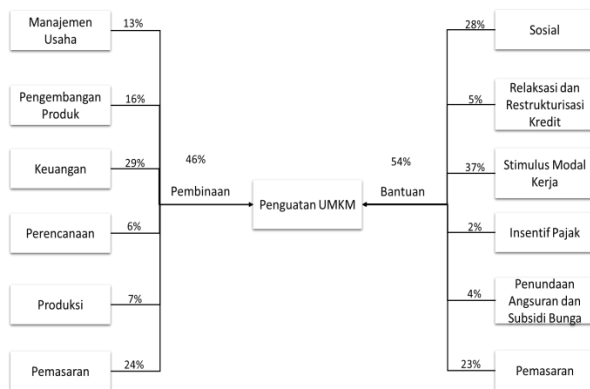
Gambar 5 Prospek Usaha Kedepan Kota Bandung

Sumber: Hasil Survei Tahun 2020 (diolah)

Prospek usaha UMKM kedepan berdasarkan hubungan dengan ketegori UMKM di Kota Bandung. Komoditas UMKM di sektor Kuliner, Fashion, Craft

dan Jasa, sama-sama menunjukkan bahwa prospek usaha kedepan rata-rata 45% menyatakan harapan masih bisa berjalan namun tidak berkembang, dan rata-rata 42% menyatakan harapan masih bisa berjalan dan berkembang, artinya dengan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa pelaku usaha memiliki sikap optimistis terhadap usaha kedepan.

5. Strategi Penguatan UMKM Kota Bandung



Gambar 6 Penguatan UMKM Dengan Program Pembinaan Dan Bantuan

Berdasarkan pada gambar 6 di atas menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha pada masa pandemic ini mengharapkan bantuan sebesar 54% pembinaan, pendampingan dan pelatihan sebesar 46%, bantuan yang sangat diharapkan adalah stimulus modal kerja dan sosial serta bantuan dalam pemasaran, sedangkan pembinaan, pendampingan dan pelatihan yang diharapkan mayoritas keuangan dan pemasaran.

Strategi Penguatan Usaha Kecil Pada Masa Pandemi Covid 19

Berdasarkan kondisi usaha kecil pada masa pandemic maka strategi

penguatan usaha kecil pada masa pandemic terdapat 3 program yang dapat dilaksanakan yaitu dengan program itervensi, program penyelamatan dan program pemulihan **Intervensi / Bantuan Pemerintah/Quick Win**

- Menjalankan kembali kegiatan pelatihan/pendampingan hingga pemasaran yang sebelumnya ada di anggaran DPA
- Updating data pelaku usaha untuk dapat memanfaatkan dana bantuan sosial
- Updating data produk usaha mikro Kota Bandung
- Membuat peta usaha mikro perkecamatan
- Melakukan promosi produk usaha mikro Kota Bandung
- Peningkatan kualitas standard produk usaha mikro untuk memenuhi Standar ecommerce & e catalog pemerintah

Penyelamatan

Peningkatan Penjualan

- Kampanye belanja produk usaha mikro Kota Bandung
- Workshop, Pelatihan dan Pendampingan untuk siap dengan protokol kesehatan
- Membuka ijin operasi 24 jam dengan keharusan protokol kesehatan dengan bantuan protokol kesehatan
- Peningkatan Keuangan atau Permodalan
- Bantuan melalui koperasi
- Dana bansos

- g. Pinjaman berbunga rendah atau tanpa bunga
- h. Discount biaya listrik
- i. Penghapusan pajak usaha mikro kecil dan menengah
- j. Penanggungan BPJS
- k. Pelatihan Pemasaran online
- l. Pembelian produk usaha mikro oleh belanja pemerintah (BUMN dan BUMD)
- m. Menyemarakkan pusat belanja Market Place digital baik offline / online di Rupa-rupi Bandung Pameran

Pemulihan

- a. Peningkatan Kapasitas usaha mikro
- b. Percepatan pengurusan Ijin
- c. Melaksanakan pameran bagi usaha mikro tematik
- d. Menjalankan agenda rutin pameran offline dengan protokol kesehatan
- e. Mendorong dinas-dinas di pemerintahan kota melakukan pelatihan-pelatihan
- f. Pameran online
- g. Packaging
- h. Manajemen Keuangan Pengembangan Produk (Perencanaan Bisnis dan Manajemen Usaha)

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan dengan adanya pandemi covid 19 mengakibatkan berbagai masalah pada usaha kecil di wilayah Kota Bandung, terutama berdampak pada pendapatan usaha kecil mengalami penurunan,

sehingga dengan adanya penurunan tersebut pelaku usaha kecil berhadapan mendapatkan pendampingan atau pembinaan dalam bidang keuangan serta pemasaran, selain pendampingan dan pembinaan pelaku usaha kecil juga membutuhkan bantuan berupa stimulus bantuan modal, bantuan sosial rata-rata dan bantuan pemasaran. Dengan adanya pandemi covid 19 tersebut pelaku usaha masih memiliki sikap optimis usahanya masih bisa berjalan dan berkembang. Strategi Penguatan usaha kecil pada masa pandemic dapat dilakukan dengan program itervensi, program penyelamatan dan program pemulihan

Adapun saran Menjalankan kembali kegiatan pelatihan / pendampingan hingga pemasaran, selalu Updating data pelaku usaha, membuat Peta usaha kecil per kecamatan, membantu melaksanakan promosi produk usaha kecil di Kota Bandung

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah kurniawan, L., Aziz, S., & Huda, N. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 337-340. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.71>
- Aeni, Siti Nur. (2022). "Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi". *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/safrezi/berita/62130e3d98f90/pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi>, 22 Februari 2022 :10.59

- Aminy, Aisyah; Fithriasari, Kartika. (2020). Analisis Dampak Covid19 bagi UMKM di Jawa Timur, Seminar Nasional Official Statistics 2020: Tantangan dan Peran Official Statistics dalam Masa Pandemi.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Serta Solusinya . *Info Singkat*, Volume XIII No 10/II/Puslit/Mei/2021, 19-24.
- Ihza, Khofifah Nur. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlangi, Mojokerto), *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol 1 No. 7, Desember 2020, <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/268>
- Irpan Nurhab, M. (2022). The Influence Of Reading Interest And Organizational Activity On Student Achievement. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 116-126. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.28>
- Danoko, Florence. (2008). Strategi Pengembangan Usaha Kecil. Universitas Kristen Krida Wacana. Jakarta
- Hardilawati, W. laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Herawati, Nety. (2003) Lilitan Masalah Usaha Mikro kecil, Menengah (UMKM) dan Kontroversi Kebijakan. Medan: Bitra Indonesia
- Ria, M. (2022). Menelusuri Nilai Kerja Dan Problematika Karyawan Antar Generasi Pada Dunia Akademisi: (Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Pekalongan). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 95-107. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.19>
- Rosita, Rahmi. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia, *Jurnal Lentera Bisnis* Volume 9 No. 2, November 2020, DOI:10.34127/jrlab.v9i2.380
- Sandy Mauk, S. (2022). Analysis Of The Effect Of Corporate Social Responsibility (Csr) On Risk, Performance, And Company Value (Good Management Theory Based Testing). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 288-309. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.46>
- Suhairi, Yuda, A., Lubis, A. H., & Manurung, E. H. (2023). Suhairi, Yuda, A., Lubis, A. H., & Manurung, E. H. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN PERUSAHAAN DI INDONESIA DALAM PASAR GLOBALISASI. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 319-331. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.61>

- Tambunan, Tulus, (2012) "Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting", Jakarta : LP3ES, 2012.
- Pratiwi, Mirza Ayunda; Aisyab, Niki; Saputra, Febri Eka. (2021). Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di ota Tanjungpinang. <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/01/29.pdf>
- Yuli, S. (2009). Analisis Pembiayaan Syariah Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. E-Journal Universitas Muhammadiyah Malang. (On-line), http://ejournal.umm.ac.id/index.php/intermediasi/article/viewFile/1002/1071_umm_scientific_journal.pdf diakses 7 Maret 2013.
- Badan Pusat Statistika (BPS) Kota Bandung berbagai periode (Tahun 2016-2019)
- Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan.(Bappelitbang Kota Bandung) (2020) Data UMKM Kota Bandung
- Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Bandung (Dekranasda Kota Bandung) (2020) Data UMKM per Kecamatan