

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

DAMPAK KEUANGAN DAN STRATEGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH UNTUK BERTAHAN DALAM PANDEMI COVID-19

Reza Patra Anggana¹, Indra Winata², Devi Restiany³, Devie Yusdiana⁴, Lisafani Suhati⁵, Fitri Delimasari Piliang⁶

*^{1,2,3,4,5,6}Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IKOPIN University

e-mail: ¹rezapatraanggana@gmail.com, ²indrawinata@gmail.com, ³devirestiany@gmail.com,

⁴devieyusdiana@gmail.com, ⁵lisafanisuhati@gmail.com, ⁶fitridelimasari@gmail.com

*Corresponding author: rezapatraanggana@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 10-03-2023

Revisi: 17-03-2023

Disetujui: 25-03-2023

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seperti apa dampak keuangan yang ditimbulkan oleh pandemi covid-19 terhadap perkembangan bisnis UMKM yang ada di Indonesia dilihat berdasarkan posisi kredit UMKM dan strategi bagi UMKM dalam menghadapi pandemi covid-19 dengan pemanfaatan teknologi informasi dan jaringan internet melalui digitalisasi. Metode analisis yang pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM di Indonesia. Hasil penelitian ini berupa dampak keuangan dan strategi UMKM untuk bertahan dalam pandemi covid-19. Pada masa pandemi Covid-19 yang melanda seluruh belahan dunia memberikan dampak negatif bagi pertumbuhan ekonomi, proyeksi ekonomi global tumbuh minus pada angka 3% berdasarkan data dari IMF tahun 2020. Kegiatan ekonomi di Indonesia menjadi terhambat sebagai akibat dari PPKM, para pelaku UMKM di Indonesia mengalami penurunan pendapatan. Penurunan pendapatan membuat para pelaku UMKM yang memiliki kredit pada Lembaga keuangan akan kesulitan membayar kewajibannya, terlebih ada kebijakan dari Pemerintah dalam relaksasi keuangan salah satunya penundaan pembayaran angsuran dan restrukturisasi kredit sehingga posisi kredit akan mengalami fase yang statis bahkan menurun karena ketidakpastian kebijakan dan iklim usaha akibat pandemi covid-19. Mayoritas UMKM atau sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif dari pandemi ini. Para UMKM melakukan sejumlah upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya. Mereka melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/pemasaran secara digital.

Kata Kunci: Covid-19, Keuangan, Digitalisasi, Kredit UMKM

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out and analyze the financial impact caused by the COVID-19 pandemic on the development of MSME business in Indonesia based on the position of MSME credit and strategies for MSMEs in dealing with the COVID-19 pandemic by utilizing information technology and internet networks through digitization. The analytical method used in this study

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

is a qualitative descriptive method. The population in this study is MSMEs in Indonesia. The results of this study are in the form of financial impacts and MSME strategies to survive the COVID-19 pandemic. During the Covid-19 pandemic that hit all parts of the world, it hurt economic growth, with the projection for the global economy to grow at minus 3% based on data from the IMF in 2020. Economic activity in Indonesia has become hampered as a result of PPKM, MSME actors in Indonesia. decreased income. The decline in income makes MSME actors who have credit to financial institutions find it difficult to pay their obligations, especially since there are policies from the Government in financial relaxation, one of which is delaying installment payments and credit restructuring so that the credit position will experience a static phase and even decline due to policy uncertainty and the business climate due to covid-19 pandemic. The majority of MSMEs or as many as 82.9% experienced a negative impact from this pandemic. MSMEs make several efforts to maintain their business conditions. They take several efficiency measures such as: reducing the production of goods/services, reducing working hours and the number of employees, and sales/digital marketing channels.

Keywords: Covid-19, Finance, Digitalization, MSME Credit

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 merupakan peristiwa menyebarluasnya penyakit koronavirus 2019 yang disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2 (Gorbalenya et al., 2020). Wabah Covid-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Hubei, Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019 dan menyebar ke hampir semua negara di seluruh dunia. Laporan WHO mengklaim bahwa SARS-CoV-2 dapat dideteksi dari sampel yang dikumpulkan di pasar ikan, tapi belum dapat ditentukan spesies hewan tertentu yang membawa SARS-CoV-2 (Sun et al., 2020). Pada tanggal 2 Maret 2020 Presiden Joko Widodo mengumumkan COVID-19 pertama kali masuk ke Indonesia. Kasus penularan ini terungkap setelah pasien pertama di Depok, Jawa Barat melakukan kontak dekat dengan Warga Negara Jepang saat mengikuti pesta dansa di Klub Paloma & Amigos, Jakarta. Warga Negara Jepang tersebut dinyatakan positif COVID-19 saat diperiksa di Malaysia. Setelahnya, penyebaran COVID-19 terjadi secara cepat (Nurul Aeni, 2021). Menurut data Pemerintah pada tanggal 24 Juli 2022 jumlah terkonfirmasi positif mencapai lebih dari 6 juta kasus dengan jumlah meninggal lebih dari 156 ribu kasus. (data.covid19.go.id/).



Gambar 1. Kasus Covid-19

(Sumber : Kementerian Kesehatan (Kemenkes), 27 Juli 2022)

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

Covid-19 menyebar diantara orang-orang melalui hembusan nafas atau percikan batuk (droplet) dari seseorang yang menderita Covid-19. Selain itu seseorang juga dapat tertular Covid-19 ketika menyentuh permukaan atau benda yang terkontaminasi dan kemudian menyentuh mata, hidung atau mulut mereka. Apabila seseorang berdiri dalam jarak satu meter dari penderita Covid-19 mereka dapat tertular melalui hembusan nafas atau droplet yang dikeluarkan. Kebanyakan penderita Covid-19 mengalami gejala ringan dan sembuh. Namun, beberapa diantaranya mengalami penyakit yang lebih serius dan memerlukan perawatan di Rumah Sakit. Risiko penyakit serius meningkat seiring bertambahnya usia, orang yang berusia lebih dari 40 tahun lebih rentan daripada yang berusia di bawah 40 tahun. Selain itu sistem kekebalan tubuh yang lemah dan disertai dengan penyakit diabetes, jantung atau paru-paru juga lebih rentan terinfeksi Covid-19. (WHO, 2020)

Sebagai upaya untuk mencegah penyebaran virus corona pemerintah mengeluarkan kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona virus Disease 2019 (COVID-19). Pembatasan terhadap pergerakan orang dan barang ini memberikan dampak terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah antara lain pada aspek produksi, nilai perdagangan dan juga tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya. (Khofifah Nur Ihza, 2020). Untuk itu UMKM harus melakukan inovasi baik secara produk, maupun pemasaran. (Desy Nur Pratiwi et al, 2021).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badi krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

Kredit atau pembiayaan usaha mikro, kecil, dan menengah yang selanjutnya disebut dengan kredit atau pembiayaan UMKM adalah kredit atau pembiayaan yang diberikan kepada pelaku usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah.

Kredit dalam perekonomian sangat penting, dengan kredit seorang kelompok atau lembaga dapat memperoleh dana yang dibutuhkan baik dalam keadaan mendesak maupun tidak. Kata kredit sendiri berasal dari bahasa latin yakni "credere" yang artinya percaya. Maksudnya adanya saling percaya antara pemberi kredit dengan penerima kredit bahwa kredit yang disalurkan akan dikembalikan sesuai perjanjian. Penerima kredit mempunyai kewajiban untuk membayar kembali pinjaman tersebut (Kasmir, 2003). Dalam saluran kredit, tidak semua permintaan kredit debitur dapat dipenuhi oleh bank-bank khususnya karena kondisi dan prospek keuangan debitur yang tidak layak, antara lain karena tingginya rasio utang terhadap

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

modal (*leverage*), risiko kredit macet dan sebagainya. Adanya informasi yang tidak simetris antara bank dan debitur seperti ini dapat menyebabkan pasar kredit tidak selalu berada dalam keseimbangan (Pohan, 2008). Pendekatan mekanisme transmisi kebijakan moneter melalui saluran kredit didasarkan pada asumsi bahwa tidak semua simpanan masyarakat dalam bentuk uang (M1, M2) disalurkan oleh perbankan ke masyarakat dalam bentuk kredit. Dengan kata lain, fungsi intermediasi perbankan tidak selalu berjalan sempurna, dalam arti bahwa kenaikan simpanan masyarakat tidak selalu diikuti dengan kenaikan secara proporsional kredit yang disalurkan ke masyarakat. Dengan demikian, yang lebih berpengaruh terhadap ekonomi riil adalah kredit perbankan, bukan simpanan masyarakat.

Berikut beberapa hasil riset hubungan Kredit Perbankan dengan Tingkat Kemiskinan: Pertama menunjukkan bahwa kredit Perbankan dengan Tingkat Kemiskinan mempunyai hubungan negatif dan signifikan, ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Jalilian & Kirk Patrick, 2001), (Honohan, 2004), (Zhuang & Juzhong et.al., 2009), dan (Pradhan & Rudra P, 2010). Kedua menunjukkan bahwa kredit Perbankan dengan Tingkat Kemiskinan mempunyai hubungan simultan (hubungan dua arah), merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Odhiambo, 2010). Ketiga menunjukkan bahwa kredit Perbankan dengan Tingkat Kemiskinan mempunyai hubungan tidak simultan, diantaranya hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pradhan & Rudra P, 2010). Pengaruh sektor keuangan terhadap kemiskinan dapat ditelusuri dari fungsi dan tujuan dunia perbankan. Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, pasal (3) dan (4). bahwa fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Sedangkan tujuan perbankan Indonesia adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Perbankan pada dasarnya merupakan lembaga perantara keuangan yang dalam operasinya menerima simpanan dalam bentuk giro, tabungan dan deposito, yang kemudian menanamkan dana simpanan dimaksud dalam bentuk penyaluran kredit/pembiayaan kepada dunia usaha (George, 1997). Bank menghasilkan output berupa kredit/pembiayaan dari input berupa dana simpanan masyarakat, atau dengan kata lain, bank menjalani fungsinya sebagai lembaga intermediasi (Zaeni. M. Aboe Amin, 2007).

Digitalisasi adalah proses alih media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital, untuk fungsi fotokopi, dan untuk membuat koleksi perpustakaan digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung (Sukmana, 2005). Menurut (Lane, 2008) pemasaran digital adalah praktik mempromosikan produk dan layanan menggunakan saluran distribusi digital. Pemasaran digital juga disebut sebagai e-marketing dan termasuk iklan digital atau online, yang mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan. Pemanfaatan internet dan Teknologi Informasi (TI) menjadi salah satu cara bagi pelaku usaha untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan pendapatan. Pembatasan

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

sosial mengakibatkan cara pemasaran secara konvensional menjadi terbatas. Sarana online menjadi solusi yang menjanjikan. Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Dari survei yang dilakukan oleh BPS menunjukkan bahwa 4 dari setiap 5 pelaku usaha yang menggunakan internet dan TI untuk pemasaran via online mengaku bahwa cara online ini berpengaruh dalam penjualan produk mereka. Secara umum, sekitar 47,75 persen perusahaan telah menggunakan internet dan TI untuk pemasaran via online sejak sebelum pandemi. Sementara itu, sekitar 5,76 persen perusahaan baru menggunakan internet dan TI untuk pemasaran pada saat pandemi. (Sumber: BPS : <https://www.bps.go.id/publication>). Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui marketplace menjadi suatu pemecahan masalah bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk bertahan tetap hidup dan membantu perekonomian Indonesia pada era pandemi Covid-19 saat ini. Digitalisasi UMKM telah menjadi sesuatu hal yang sudah tidak dapat dielakkan lagi sekaligus menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM yang jumlahnya sangat besar di Indonesia. Untuk menggerakkan digitalisasi dan mempermudah pelaku UMKM dalam menghadapi iklim perubahan yang terjadi saat ini, meningkatkan kemudahan jaringan dan melakukan pertukaran teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis (Slamet et al., 2016). Kemampuan ahli digital dan internet ini adalah hal yang sudah mutlak yang harus dikuasai oleh pelaku UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan usaha (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017).

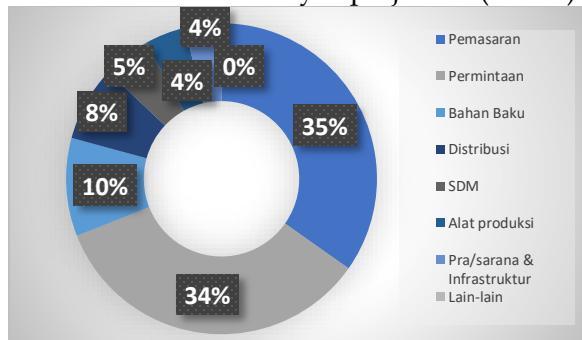
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seperti apa dampak yang ditimbulkan oleh pandemic covid-19 terhadap perkembangan bisnis UMKM yang ada di Indonesia dilihat berdasarkan posisi kredit UMKM dan strategi bagi UMKM dalam menghadapi pandemi covid-19 dengan pemanfaatan teknologi informasi dan jaringan internet melalui digitalisasi. Metode analisis yang pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini diharapkan juga mampu berkontribusi sebagai referensi penetapan kebijakan dan program-program pengelolaan UMKM yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan juga penelusuran literatur, khususnya jurnal yang dapat diakses secara online. Penelitian deskriptif kualitatif disini menjelaskan suatu rumusan masalah yang kemudian memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan cara pengumpulan data berupa dokumen elektronik yang menjelaskan fakta-fakta yang diakses secara online. Beberapa sumber data penelitian ini berasal dari Website Badan Pusat Statistik (www.bps.go.id), Kementerian Kesehatan, www.katadata.co.id dan lain-lain. Penelitian ini mengumpulkan, mengkaji dan mendeskripsikan beberapa gejala-gejala yang terjadi akibat covid-19 dan efeknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia. Waktu penelitian berlangsung antara tahun 2018-2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM yang dihimpun melalui layanan pengaduan E-form Siapbersamakumkm tahun 2020 terdapat 10.240 UMKM yang teridentifikasi permasalahannya sebagai dampak dari pandemi covid-19, dalam satu UMKM memiliki lebih dari satu permasalahan, dengan sektor utama yang terdampak yaitu Industri Makanan, Industri Kreatif, dan Pertanian. Dari data tersebut 35% UMKM terdampak covid-19 mengalami permasalahan pemasaran produk sebagai akibat diterapkannya *physical distancing*, sehingga terkendala dalam melakukan pemasaran secara *offline*, selanjutnya 34% UMKM mengalami penurunan permintaan dan 10% diantaranya kesulitan dalam memperoleh bahan baku sehingga mengakibatkan penurunan kapasitas produksi serta berdampak terhadap tenaga kerja yang dirumahkan (PHK) dan kesulitan untuk membayar pinjaman (kredit).



Gambar 2. Kapasitas Produksi UMKM di Era Covid-19

Sumber: Pengaduan E-form Siap bersama kumkm, Kemenkop UKM, 2020 (Data Diolah)

Katadata Insight Center (KIC) pada Juni 2020 melakukan survei untuk mengukur dampak pandemi COVID-19 pada 206 UMKM dalam 7 (tujuh) jenis produk usaha: 1) pedagang eceran (pulsa, pakaian dsb), 2) penyedia makanan dan minuman, 3) jasa, 4) produksi makanan, 5) industri pengolahan, 6) kerajinan/karya seni dan 7) produksi pertanian/ perkebunan/ peternakan, di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Dari hasil survei tersebut diperoleh gambaran bahwa sebelum COVID hampir seluruh pelaku UMKM memiliki kondisi yang cukup baik. Namun, saat terjadi COVID keadaan berbalik. 56,8% UMKM berada dalam kondisi buruk, hanya 14,1% UMKM yang masih berada kondisi baik. Mayoritas UMKM atau sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif dari pandemi ini. Hanya sebagian kecil atau 5,9% dari pelaku yang justru mengalami dampak positif. Pandemi ini bahkan menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet. (Digitalisasi UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19, 2020). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM serta KIC dapat diketahui bahwa pandemi COVID-19 membuat ekonomi di berbagai negara tertekan, termasuk di Indonesia khususnya terhadap UMKM. Penyebabnya adalah karena pembatasan yang dilakukan membuat banyak sektor berhenti dan berimbang pada tenaga kerja, baik itu pemberhentian kerja (PHK) atau penurunan pendapatan. Dampak lain dari pandemi covid-19 selain terhadap UMKM adalah adanya penambahan jumlah penduduk miskin pada saat pandemi covid 19 dengan kenaikan penduduk miskin dari 25,14 juta jiwa pada tahun 2019 menjadi 26,42 juta jiwa pada tahun 2020.

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

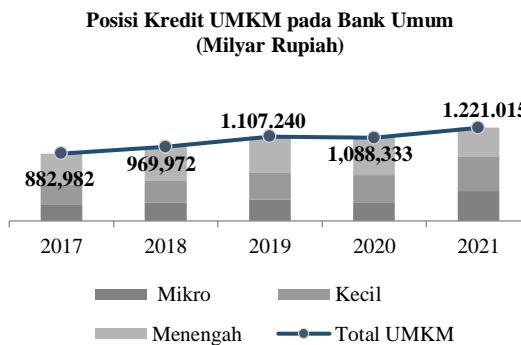
Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10



Gambar 3. Jumlah Penduduk Miskin Berdasarkan Wilayah

(Sumber : www.bps.go.id)

Penurunan pendapatan perkapita atau tidak adanya pekerjaan seseorang tersebut berdampak pada daya beli masyarakat dan kepercayaan perbankan yang menurun pada individu untuk mendapatkan akses pembiayaan sehingga berpengaruh terhadap keputusan penyaluran kredit. Posisi Kredit UMKM pada Bank Umum pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yang disebabkan oleh pandemi covid 19.



Gambar 4. Kredit UMKM pada Bank Umum

(sumber:www.bps.go.id)

Selain mengukur dampak pandemi COVID-19 pada UMKM, KIC juga melakukan survei mengenai sejumlah strategi yang dilakukan UMKM untuk mempertahankan kondisi usahanya. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa para UMKM dalam proses produksi mereka melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa sebanyak 65,5%, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan sebanyak 50,5% dan mengurangi saluran penjualan/pemasaran sebanyak 46,1%. Meski begitu, ada juga UMKM yang mengambil langkah sebaliknya, menambah saluran pemasaran sebagai bagian strategi bertahan sebanyak 29,1%. Secara finansial 12,2% UMKM mengurangi pengajuan kredit ke bank, 85,4% dan 21,4% UMKM mengajukan penundaan pembayaran ke pemasok/suplier.

Dari 206 UMKM yang disurvei tersebut, mereka menjalankan usahanya secara offline,

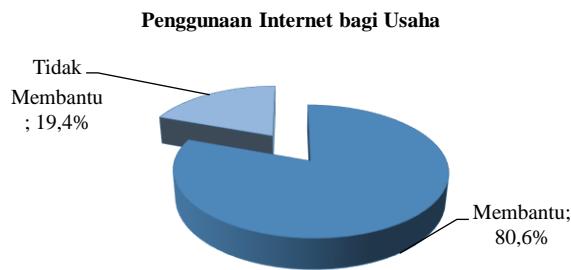
Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

online, ataupun kombinasi antara keduanya. Berbagai cara dilakukan agar dapat melewati pandemi ini. Namun, akses internet serta indeks kesiapan digital dari pelaku usaha ini menunjukkan bahwa UMKM ini tidak sepenuhnya siap untuk serta merta beralih ke digital. Smartphone atau PC/Laptop yang terkoneksi internet cukup banyak dimiliki pelaku UMKM dalam menjalankan usaha, namun tak semua menggunakannya untuk memasarkan produk secara digital. Meskipun demikian terdapat 60,2% UMKM yang memanfaatkan akses internet dengan tujuan untuk memasarkan produk melalui media sosial dan terdapat 34% UMKM yang sudah memasarkan produknya melalui marketplace. Gambar 5 merupakan hasil survei yang mengungkapkan bahwa penggunaan internet memang dirasa membantu UMKM untuk menjalankan usaha, terutama di masa pandemi.



Gambar 5. Penggunaan Internet Terhadap Usaha UMKM

(Sumber : <https://katadata.co.id/umkm>)

Masih berdasarkan Survei yang dilakukan Katadata bahwa UMKM seringkali mengalami kendala menjalankan usaha menggunakan teknologi digital. Salah satu masalah utama bagi UMKM adalah konsumen yang belum mampu menggunakan internet, serta kurangnya pengetahuan untuk menjalankan usaha secara online.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas diketahui bahwa pandemi Covid-19 ini menyebabkan UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet yang berarti pendapatan mereka berkurang yang kemudian akan mempengaruhi aktifitas bisnis mereka baik dari segi ketersediaan modal ataupun besaran profit yang didapat. Pada masa pandemi ini juga terjadi pembatasan sosial yang membuat banyak sektor berhenti dan berimbas pada tenaga kerja, baik itu pemberhentian kerja (PHK) atau penurunan pendapatan. Dampak lain dari pandemi covid-19 selain terhadap UMKM adalah adanya penambahan jumlah penduduk miskin. Penurunan pendapatan perkapita atau tidak adanya pekerjaan seseorang tersebut berdampak pada daya beli masyarakat dan kepercayaan perbankan yang menurun pada individu untuk mendapatkan akses pembiayaan sehingga berpengaruh terhadap keputusan penyaluran kredit. Posisi Kredit UMKM pada Bank Umum pada saat pandemi mengalami penurunan dari tahun sebelum terjadinya pandemi. Penurunan pendapatan juga membuat para pelaku UMKM yang memiliki kredit pada Lembaga keuangan akan kesulitan membayar kewajibannya, terlebih ada kebijakan dari Pemerintah dalam relaksasi keuangan salah satunya penundaan pembayaran angsuran dan

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

restrukturisasi kredit sehingga posisi kredit akan mengalami fase yang statis bahkan menurun karena ketidakpastian kebijakan dan iklim usaha akibat pandemi covid-19.

Jumlah UMKM terdampak Covid-19 atau sebanyak 82,9% merupakan jumlah yang tidak sedikit, menandakan bahwa pandemi covid-19 yang datang secara tiba - tiba ini tanpa prediksi dan kesiapan UMKM untuk mengatasi hal tersebut. Ketika pandemi itu terjadi, perilaku konsumen dan Peta Kompetisi Bisnis berubah. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas ekonomi di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Sedangkan perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis yaitu *Hygiene*, *Low-Touch*, *Less-Crowd*, dan *Low-Mobility*. Perusahaan yang sukses di era pandemi merupakan perusahaan yang dapat beradaptasi dengan 4 karakteristik tersebut.

UMKM melakukan sejumlah langkah efisiensi seperti: menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/pemasaran. Meski begitu, ada juga UMKM yang mengambil langkah sebaliknya, menambah saluran pemasaran sebagai bagian strategi bertahan. UMKM banyak berusaha dengan cara offline, online, ataupun kombinasi antara keduanya. Teknologi merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan dewasa ini pasca pandemi covid-19, tetapi UMKM seringkali mengalami kendala menjalankan usaha menggunakan teknologi digital. Salah satu masalah utama bagi UMKM adalah konsumen yang belum mampu menggunakan internet, serta kurangnya pengetahuan untuk menjalankan usaha secara online.

Sosialisasi dan edukasi mengenai berlangsungnya pandemi, pentingnya protokol kesehatan masih diperlukan untuk menjaga kesehatan dan keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan memperhatikan kebijakan pemerintah tentang pembatasan pergerakan orang dan barang. Bagi UMKM diharapkan memiliki inovasi produk dan pemasaran dengan menjalankan usahanya secara *offline*, *online*, ataupun kombinasi antara keduanya.

Untuk Bank/Lembaga Pembiayaan agar memperluas ketersediaan fasilitas kredit atau pembiayaan yang diberikan kepada pelaku usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah, secara tidak langsung dapat mempengaruhi ekonomi riil. Untuk penelitian selanjutnya jika *offline* dapat dilakukan dengan: *probability sampling*. Jika penelitian tetap dilakukan secara *online* diharapkan pertanyaan kuesioner mudah dipahami serta *informan* pada *in-depth interview* perlu diperhatikan.

REFERENSI

- Aeni, N. (2021). Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, & Sosial. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 17(1), 17-34. <https://doi.org/10.33658/jl.v17i1.249>
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), 19-24. https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf
- Bps.go.id. (2020). Katalog: 3101028. *Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 Terhadap Pelaku Usaha*, vi+ 22 halaman. <https://www.bps.go.id/publication/2020/09/15/9efe2fbda7d674c09ffd0978/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha.html>
- Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. (2020). <https://katadata.co.id/umkm>

Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, dan Manajemen (Baashima)

Published by: Alahyan Publisher Sukabumi

ISSN: 2988-1056

Volume: 1 Nomor: 1 (April: 2023) hal: 1-10

- Dipa Teruna Awaloedin, Sazali, Nurhilaludin, M. H. (2020). Strategi Menghadapi Dampak Pandemi covid 19 terhadap Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1-16.
- Economic, J. S., Studi, P., & Komunikasi, I. (2021). *E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19 Nurlela*. 4(1), 47-56. <https://jiped.org/index.php/JSE>
- Gorbalenya, A. E., Baker, S. C., Baric, R. S., Groot, R. J. De, Gulyaeva, A. A., Haagmans, B. L., Lauber, C., & Leontovich, A. M. (2020). The species and its viruses - a statement of the coronavirus study group. *Biorxiv (Cold Spring Harbor Laboratory)*, 1-15. <https://www.biorxiv.org/content/10.1101/2020.02.07.937862v1.full>
- Journal of Medical Virology - 2020 - Sun - Understanding of COVID-19 based on current evidence.pdf*. (n.d.).
- Nur Pratiwi, D. (2019). Digitalisasi dan Kinerja Keuangan UMKM : Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS, September*, 189-200.
- Pratiwi, M. A. (2020). Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang. *Seminar Nasional Seri Ke IV Program Studi Magister Manajemen*, 34, 305-317.
- Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Statistik, S. I. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 Jilid 2. *Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 Terhadap Pelaku Usaha*, 1-27. <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/21/7ec02d39d6732972dcebe54f/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha-jilid-2.html>
- Sun, P., Lu, X., Xu, C., Sun, W., & Pan, B. (2020). Understanding of COVID-19 Based On Current Evidence. *Journal of Medical Virology*, 92, 548-551. <https://doi.org/10.1002/jmv.25722>.
- WHO. (2020). Getting your workplace ready for COVID-19. *World Health Organization*, March, 1-8. <https://www.who.int/docs/default-source/coronavirus/getting-workplace-ready-for-covid-19.pdf>
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Kahuripan*, 10-13.