



# DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM

**BUKU ANTOLOGI  
KKN VDR 057 2021**

## Penulis

Nani Sunarmi, S.Si., M.Sc. | Rizqi Royyanul Musthofa | Riszal Nahrul Alamin | Ahmad Panca Sakti Hidayatullah | Devi Ayugi Rukmana | Dinda Khoirun Nisa' | Chavid Ichsan Rahmadi | Irkha Fitriana | Intan Nofitasari | Yudhitya Putri Melati | Dharis Septian Putri Utami | Indar Gressia Sridewa Putri

Editor

Yudi KrisnoWicaksono, M.IP.





**BUKU ANTOLOGI  
KKN VDR-057 TAHUN 2021**

# **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM**



**Nani Sunarmi, dkk**

**Biru Atma Jaya**



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM**

Penulis : Nani Sunarmi, S.Si., M.Sc., Rizqi Royyanul Musthofa,  
Riszal Nahrul Alamin, Ahmad Panca Sakti Hidayatullah, Devi Ayugi  
Rukmana, Dinda Khoirun Nisa', Chavid Ichsan Rahmadi, Irkha Fitriana,  
Intan Nofitasari, Yudhitya Putri Melati, Dharis Septian Putri Utami dan  
Indar Gressia Sridewa Putri

Editor : Yudi Krisno Wicaksono, M.IP. dan Tim Divisi Karya  
Buku Antologi KKN VDR 057

Desain Sampul : Intan Nofitasari

Tata Letak : Irkha Fitriana

### **Biru Atma Jaya**

Jalan Mayor Sujadi No. 7 Plosokandang Kedungwaru Tulungagung

Telp. : 085850506530

Email : penerbitbiruatmajaya@gmail.com

Cetakan Pertama,  
Agustus 2021 vi + 80 halaman; 14,8 x 21 cm

ISBN: 978-623-6172-87-2

*@Hak cipta dilindungi Undang-Undang 2021*

Bekerjasama dengan:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M)

IAIN Tulungagung

*Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung*

*Telp/Fax: 0355-321513/321656*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan buku yang berjudul *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Keberlangsungan UMKM* sesuai dengan waktu yang telah kami tentukan. Tak lupa, sholawat serta salam kami haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang.

Dalam buku ini, kami membahas tentang bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap keberlangsungan UMKM di desa masing-masing mahasiswa kelompok KKN VDR 057 IAIN Tulungagung. Usaha mikro merupakan elemen penting bagi perekonomian di masyarakat, peran usaha mikro bisa menjadi sumber pendapatan masyarakat, pengurangan kemiskinan dan berperan dalam pembangunan perekonomian di desa, namun dengan adanya pandemi ini sangat mempengaruhi keberlangsungan UMKM. Virus ini mampu menggeser penjualan para pelaku usaha, naik turunnya pendapatan sangat terasa saat pandemi berlangsung. Beberapa UMKM terpaksa harus merombak strategi mereka demi keberlangsungan usaha. Berbagai strategi sudah dilakukan, misalnya strategi pemasaran atau strategi pengembangan usaha, karena suksesnya setiap usaha akan tergantung strategi yang diterapkan. Oleh karena itu, di dalam buku ini kami tertarik membahas mengenai bagaimana dampak pandemi terhadap UMKM di sekitar, yang tujuannya menambah wawasan dan ilmu pengetahuan kita terhadap bagaimana strategi yang efisien

dan efektif yang bisa kita terapkan sebagai pelaku usaha pada masa pandemi.

Ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada UIN Tulungagung, LP2M UIN Tulungagung dan Ibu Nani Sunarmi, S.Si., M.Sc., karena atas segala bimbingannya kami dapat menyelesaikan buku ini. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada teman-teman mahasiswa KKN Virtual Dari Rumah (VDR) atas partisipasi dan kerja sama yang dicurahkan dalam penyusunan buku antologi esai ini.

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan buku ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu dalam kesempatan ini pula penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga karya tulis yang akan datang bisa lebih baik. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Tulungagung, 21 Agustus 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

Lembar Cover dan Nama Penulis.....	i
Lembar Katalog dalam Penerbitan .....	ii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	v
Wajah UMKM Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 .....	1
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Penjahit Baju di Desa Srigading.....	7
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Toko Kelontong Bu Yayuk di Desa Ngadiluwih .....	13
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM BUMDESMA di Desa Boyolangu.....	19
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM CV. Swarga Berkah Bersama di Desa Wonorejo .....	27
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Pentol Daging Ayam “Mbak Anjar” di Desa Pulosari .....	33
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Industri Rumahan Roti “Cahaya” di Desa Sumbergayam .....	39
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Home Industri Keripik Ketela Gadung di Desa Sendang .....	47

Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia di Desa Pakisrejo .....	53
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Samut Catering di Desa Wonodadi.....	59
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Kelompok Ternak Sapi Perah Kabut Makmur di Desa Puru.....	67
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan BUMDES Cakra Usaha di Desa Tapan.....	75



## **WAJAH UMKM INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh: Nani Sunarmi, S.Si., M.Sc

### **UMKM Indonesia Terdampak Covid-19**

Seperti yang telah kita ketahui bersama, pandemi covid 19 merupakan kondisi ujian bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk salah satunya para pelaku usaha mikro, kecil menengah atau UMKM. Tidak hanya menyerang sektor ekonomi skala besar, UMKM yang menjadi salah satu sendi ekonomi nasional turut juga terancam eksistensinya.

Dengan angka mencapai 64,19 juta, sektor UMKM merupakan lini yang wajib mendapatkan perhatian besar karena selain menjadi menyerap tenaga kerja mayoritas, UMKM juga merupakan penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Selain itu seperti diketahui untuk menyokong kebutuhan barang konsumsi ataupun barang setengah jadi, UMKM juga memegang peranan penting agar pasokan kebutuhan masyarakat tetap terjaga.

Sebagai gambaran, data yang dirilis dari hasil survei KataData insight Center (KIC), menyebutkan bahwa dari 206 pelaku UMKM yang berada di wilayah Jabodetabek, mayoritas atau sebesar 82,9 persen mengaku mengalami perlambatan usaha diakibatkan oleh badai pandemi.

Sedangkan hanya sekitar 5,9 persen saja dari jumlah tersebut yang merasa perkembangan usahanya masih stabil atau bertumbuh positif. Dampak yang paling terlihat antara lain yakni penurunan omzet lebih dari 30 persen yang dirasakan 63,9 persen pelaku UMKM. Dari situ, respon yang diambil antara lain melakukan efisiensi seperti menurunkan jumlah produksi, mengurangi jam kerja, mengurangi jumlah karyawan serta menurunkan upaya pemasaran. Dalam survei tersebut juga dipaparkan fakta bahwa, pandemi ternyata justru membawa angin segar bagi beberapa pelaku UMKM, terbukti sekitar 3,8 persen dari UMKM tersebut menyatakan adanya peningkatan omzet usaha.

Sehubungan dengan hal tersebut, survei yang dilakukan oleh beberapa lembaga keuangan mengungkap fakta bahwa, permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM juga nampak dari banyaknya kredit macet pinjaman. Imbas dari hal tersebut adalah para pemilik usaha umumnya berusaha membatasi pengeluaran tagihan seperti listrik, gas serta gaji karyawan. Tak jarang pula, pemutusan hubungan kerja menjadi solusi pahit yang tidak terelakkan lagi. Demikian juga terkait dengan proses distribusi produk dan barang, kondisi pembatasan mobilitas mau tidak mau juga semakin membatasi proses pengiriman ataupun untuk memperoleh bahan baku yang dibutuhkan.

Dari sisi konsumen, masa pandemi juga memberikan pengaruh cukup signifikan dimana ada perubahan pola konsumen dan peta kompetisi bisnis yang tentunya menuntut adaptasi. Ketika mayoritas kegiatan masyarakat dilakukan di dalam rumah, bagi pelaku UMKM yang

masih menggunakan strategi "menunggu bola" tentu akan tertinggal dan tak jarang berakhir gulung tikar.

Dari beberapa referensi terdapat tidaknya 3 saran tentang bagaimana para pelaku UMKM dapat memanfaatkan fasilitas digital ataupun layanan online untuk meningkatkan usahanya di tengah pandemi.

Yang pertama adalah bagaimana pelaku usaha kecil bisa menyusun taktik pemasaran digital sejarah efektif. Tidak bisa dipungkiri bahwa mayoritas pemilik usaha kecil tentu masih awam ketika menggunakan layanan online. Untuk itu, mereka bisa memulai dari 2 hal yang paling umum yakni pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan barang ataupun jasa serta jika mempunyai dana lebih bisa menggunakan fasilitas digital ads atau iklan digital seperti Facebook ads atau Google Ads.

Yang kedua lebih berfokus pada penggunaan marketplace. Dengan adanya arah *social distancing* serta pembatasan mobilitas, praktis mayoritas kegiatan masyarakat dilakukan di dalam rumah. Ini artinya kebiasaan membeli dari konsumen juga akan bergeser kepada penggunaan *marketplace*. Adanya *marketplace* seperti bukalapak ataupun Tokopedia yang merupakan layanan asli Indonesia, bisa menjadi pilihan yang tepat, terutama bagi pemilik usaha kecil yang masih awam untuk membuat toko online berbasis web sendiri.

Jadi yang terakhir, yadi memanfaatkan layanan pengantaran instan. Utamanya bagi usaha kecil yang bergerak di bidang makanan, layanan pengantaran juga menjadi rujukan yang tepat untuk pengembangan usaha agar dapat menjangkau konsumen lebih cepat dan efektif. Terutama, ketika muncul himbuan untuk menghindari

makan di tempat untuk restoran ataupun warung makan, masuk ke dalam jaringan layanan pengantaran makanan seperti grabfood atau gojek food bisa menjadi solusi yang sangat efektif.

Menilik lebih jauh, jika kita melihat secara global, pada kenyataannya di masa pandemi ini ada juga sektor bisnis yang justru mengalami peningkatan cukup signifikan, seperti contohnya layanan berbasis digital dan yang berkaitan dengan kesehatan. Dikutip dari CNBC Indonesia, menyebutkan bahwa saat ini peta persaingan usaha bisa dibilang berkiblat pada 4 poin penting yakni *hygine* (kebersihan), *low touch* (pembatasan kontak), *less crowd* (pengurangan keramaian) dan *low mobility* (pembatasan mobilitas).

Sayangnya sektor UMKM yang mayoritas pelakunya merupakan warga kelas menengah ke bawah, umumnya belum bisa mengadaptasi keempat poin tersebut secara maksimal. Oleh karena itu diperlukan inovasi dalam memproduksi barang serta jasa yang sesuai dengan tuntutan pasar.

Menanggapi permasalahan ini, pemerintah Indonesia juga telah melakukan serangkaian upaya untuk menyelamatkan sektor UMKM. Beberapa langkah telah di tempuh antara lain menjalankan kebijakan yang diharap mampu mendukung pertumbuhan UMKM disamping juga pemberian intensif secara langsung.

Hingga saat ini beberapa intensif yang telah digalakkan antara lain, pemberian intensif tunai kepada pelaku usaha ultra mikro, pemberian intensif dana produktif kepada pelaku usaha mikro guna menstimulus belanja usaha, serta penyaluran kredit modal bagi UMKM

utamanya menysar mereka yang sempat mengalami perlambatan usaha atau yang sedang merintis usaha.

### **Optimisme Masa Depan UMKM**

Yang menarik adalah kondisi pandemi nyatanya mendorong beberapa pemilik usaha kecil untuk mulai beradaptasi dengan potensi yang ditawarkan oleh layanan digital. Mulai dari membuat toko online hingga memanfaatkan media sosial untuk memasarkan barang dan jasa, pelaku UMKM secara tidak langsung didorong untuk *go online* demi meraih pasar yang lebih potensial.

Yang terakhir, kita semua tentu berdoa dan sedang berjuang bersama agar masa pandemi ini segera usai. Salah satu upaya yang bisa kita lakukan adalah dengan tetap optimis menatap masa depan.

Sebagai gambaran optimisme, tidak perlu memandang saat ini sudah ada peningkatan aktivitas masyarakat seiring dengan penurunan angka infeksi baru dari virus covid-19. Hal ini tentunya menjadi hasil dari upaya pemerintah menggalakkan program vaksinasi secara masif dan terencana. Belum lagi bantuan langsung ataupun program relaksasi yang dilakukan oleh pemerintah diharapkan juga menjadi angin segar bagi pertumbuhan UMKM di masa pandemi.

Potensi lain seperti adanya hari besar, juga bisa menjadi titik tumpu perkembangan UMKM mengingat adanya kemungkinan peningkatan kebutuhan konsumsi dari masyarakat di momen-momen tersebut. Belum lagi kabar baik juga muncul dari potensi panen raya sejumlah komunitas yang ada di beberapa daerah yang tentunya dapat mendorong harga komoditas lebih stabil.

Semoga pandemi covid-19 bisa segera berakhir dan kondisi perekonomian indonesia juga akan berangsur membaik.

## **BIODATA PENULIS**

Nani Sunarmi, S.Si., M.Sc.

Dilahirkan di Nganjuk pada 22 Maret 1991 dari pasangan Surip dan Sumarni. Dibesarkan dengan kehidupan yang sederhana dan serba kekurangan tidak mematahkan semangatnya untuk menuntaskan pendidikannya demi meraih cita-cita menjadi seorang Dosen. Penulis menempuh Pendidikan Sarjana pada Jurusan Fisika Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan Beasiswa BPA dengan predikat lulusan Cumlaude dan menyelesaikan Pendidikan Magister melalui Beasiswa BPPDN pada Jurusan Fisika Universitas Gadjah Mada dengan predikat lulusan Cumlaude. Semenjak tahun 2019 sampai saat ini aktif sebagai dosen Jurusan Tadris Fisika IAIN Tulungagung dan ketertarikannya pada Fisika Teori dan Komputasi mengantarkan penulis aktif dalam penelitian dan mengajar pada MK Fisika Matematika, Fisika Inti dan Fisika Dasar. Selain itu, penulis aktif menulis online diluar bidang fisika melalui website <https://bi.dew.web.id/>

Alamat kontak email penulis: [nanisunarmi@gmail.com](mailto:nanisunarmi@gmail.com)



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM PENJAHIT BAJU DI DESA SRIGADING**

Oleh: Rizqi Royyanul Musthofa

### **A. Gambaran Umum UMKM Penjahit Baju Desa Srigading**

Di tengah pandemi saat ini, banyak pengusaha penjahit baju yang menutup profesinya. Begitu besar kemerosotan ekonominya, bisa dilihat dari segi omzetnya. Dua tahun lalu, omzet pengusaha penjahit tersebut terus berkembang pesat namun saat ini mengalami penurunan yang cukup drastis. Hal ini terjadi lantaran virus corona yang menyeret jatuhnya perekonomian di seluruh Desa.

Salah satu pengusaha yang mengalami dampak pandemi di desa Srigading adalah Pak Safwan. Sebelum pandemi, Pak Safwan selalu kebanjiran pesanan dari luar jawa untuk menjahit pakaian khususnya menjelang idul Fitri. Pesanan baju pesta pun cukup banyak setelah idul Fitri karena banyak orang yang biasanya menggelar pesta. Namun 2 tahun idul fitri ini, berkah tersebut belum tertampak lagi di depan mata dan omzet tak semulus 2 tahun yang lalu. Penurunan ini tentunya menjadi hal yang tidak diharapkan semua pengusaha tetapi berfokus hanya

pada masalah tanpa memikirkan solusi bukanlah langkah bijak yang bisa ditempuh. Cara dan langkah apa yang harus ditempuh agar dapat bertahan dan berkembang dimasa pandemi adalah hal yang perlu dipikirkan. Menangani dampak pandemi dengan menciptakan berbagai macam inovasi dan trobosan dalam bisnis atau usaha adalah solusinya.

Dengan hal itu, kemudian para pengusaha baju itu akhirnya mempunyai inspirasi untuk bergabung dengan mitra, mitra tersebut mengadakan pelatihan melalui akademi. Setelah bergabung dengan mitra bisnis, beliau mendapatkan pelatihan khusus dan beralih menjahit masker yang sedang di butuhkan saat ini. Dan alhamdulillahnya beliau cukup bagus pembuatan maskernya, desain juga menarik, dan bisa menyesuaikan pesanan konsumen.

## **B. Perkembangan Usaha**

Beberapa pengembangan yang dilakukan oleh Pak Safwan yang pertama, beliau akan membuat produk baru yaitu menjahit masker yang bertujuan untuk menjaga dan terhindar serta dapat terlindung dari Virus Corona. strategi yang dilakukan ini bisa menambah pengetahuan atau model masker yang di minati atau bahkan di sukai oleh para konsumen saat ini. Yang kedua menjahit konektor masker yang biasa digunakan untuk wanita untuk hijab.

Strategi ini mungkin bisa sustain karena produk tersebut akan sangat terus dicari oleh masyarakat. Berbagai langkah pengembangan usaha yang dilakukan harus menyesuaikan dengan kebutuhan market saat ini. Jika hal itu tidak bisa dilakukan maka

usaha yang kita rintis akan bisa runtuh akibat dari dampak covid-19 ini. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan sistem kelompok sehingga para pelaku usaha bisa saling berkomunikasi dan berdiskusi untuk pengembangan usahanya.

### **C. Pemasaran**

Pada umumnya untuk metode pemasaran ini mempunyai istilah yaitu promosi. Pada dasarnya promosi adalah upaya untuk menginformasikan atau menawarkan suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon *client*/konsumen untuk membeli barang atau jasa. Promosi yang akan dilakukan salah satunya beralih ke ranah digital marketing. Pada di era saat ini dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat dan juga kondisi pandemi saat ini beralih ke ranah digital marketing merupakan suatu langkah jenius yang harus di terapkan di berbagai linimasa atau sektor industri apapun baik kelas mikro maupun makro.

Salah satu langkah awal terjun ke digital marketing ialah membuat berbagai macam akun sosmed seperti yang berkembang pesat saat ini: instagram, facebook, dan whatsapps. Dari ketiga platform sosial media tersebut masing-masing memiliki segmentasi market yang berbeda, segmentasi market yang di ambil untuk melakukan strategi promosi pengembangan usaha jahit ini yaitu untuk langkah awal bermain di ranah sosial media facebook, seperti: pembuatan akun yang di tujukan untuk mengeksplor produk kita kepada sekmentasi market yang berada di facebook, kenapa langkah awal harus facebook karena pada dasarnya market yang berada di

facebook minoritas ataupun bahkan bisa mayoritas memiliki rentan usia (21-35) jadi untuk kalangan usia tersebut lebih memudahkan kita dalam menawarkan jasa atau bahkan bisa produk dari usaha ini. Langkah nya seperti apa? yang pertama yaitu membuat konten yang berfokus pada jasa jahit, karena jasa ini sangatlah mungkin bisa di butuhkan bagi entrepreneur yang menggeluti usaha konveksi. Ketika segmentasi market yang kita tuju sudah kita dapatkan, untuk langkah selanjutnya kita arahkan menuju akun sosial media whatsapps, dari konten itulah yang nantinya akan mendatangkan sebuah market sesuai dengan segmentasi.

#### **D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Pada pandemi saat ini berbagai linimasa sektor industri ataupun berbagai macam bisnis pasti menghadapi suatu permasalahan tetapi dari masalah ini kita harus secepat mungkin untuk segera beradaptasi dengan memunculkan inovasi-inovasi baru yang dapat mengembangkan dan bertahan di era pandemi ini.

Permasalahan yang sangat berpengaruh ialah berkurangnya konsumen dalam pembelian produk seperti halnya pemesanan baju kampanye, yang biasanya dalam periode kampanye bisa mendatangkan profit yang begitu lumayan, karena pandemi ini tidak diberlakukan sistem kampanye, jadi omzet secara otomatis menurun.

## **E. Cara Mengatasi Permasalahan**

Dari permasalahan diatas, ada beberapa langkah, solusi, strategi dan inovasi diantaranya sebagai berikut:

1. Menjual produk-produk yang berhubungan dengan APD seperti: masker.
2. Melakukan kegiatan promosi secara online diberbagai marketplace yang sesuai dengan sekmentasi market.
3. Menambah produk baru, seperti halnya pembuatan konektor masker, tas pouch hand sanitizer. Produk-produk tersebut untuk pandemi saat ini sangatlah dibutuhkan sehingga untuk *survive* di era pandemi saat ini harus sangatlah cerdas mengambil suatu peluang yang nantinya akan bisa membuat bisnis atau usaha ini tetap berkembang.

## **F. Penutup**

Berbagai dampak akibat adanya pandemi covid-19 ini sangatlah berpengaruh terhadap berbagai linimasa dunia usaha, tentunya hampir semua pelaku berupaya berinovasi dan mengubah strategi-strategi mereka untuk bisa mempertahankan bisnisnya agar tetap bisa bertahan sama halnya dengan usaha jasa jahit. Pak Safwan ini yang berupaya mempertahankan usahanya dengan membaca situasi dan peluang, serta dengan mengubah beberapa strategi pemasaran dan pengembangan usaha. Berbagai macam kendala selama pandemi ini terjadi sedikit demi sedikit mulai bisa teratasi. Dengan berbagai macam strategi-strategi

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
Penjahit Baju di Desa Srigading*

baru yang diterapkan dan tentunya itu bukanlah hal yang mudah dalam keadaan apapun pelaku bisnis harus tetap bisa menerima segala resiko dan hambatan untuk mempertahankan bisnisnya yang telah dibangun. Inovasi yang tepat dan pemikiran yang cermat akan dapat menghasilkan kinerja yang cepat dan hasil yang mantap.

**BIODATA PENULIS**

Rizqi Royyanul Musthofa

Lahir di Nganjuk pada 02 Agustus 1998. Pendidikan terakhir SMK Ma'arif NU Mantup Lamongan pada tahun 2017. Saya memiliki ketertarikan di bidang ketrampilan cukur rambut, saat ini masih menunggu kelonggaran waktu untuk menekuni bidang cukur.



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM TOKO KELONTONG BU YAYUK DI DESA NGADILUWIH**

Oleh: Devi Ayugi Rukmana

### **A. Gambaran Umum UMKM Toko Kelontong Bu Yayuk**

Penyebab dari keberadaan UMKM yang kuat saat ini dan selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun ini karena UMKM berada dimana-mana hingga ke pelosok negeri pun ada, berdeda dengan usaha besar yang lebih banyak terdapat di kota saja. Seperti di tempat saya tinggal ini Desa Ngadiluwih, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro terdapat beberapa UMKM yang berkontribusi untuk mengurangi jumlah pengangguran di desa karena membutuhkan beberapa tenaga kerja untuk menjalankan usahanya. Salah satunya adalah UMKM Toko Kelontong Bu yayuk.

UMKM Toko Kelontong Bu Yayuk ini terletak di RT 010 RW 002 Desa Ngadiluwih, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro. Pemilik toko ini bernama Ibu Rahayu Kawiryana yang biasa dipanggil dengan nama Ibu Yayuk. Toko ini dibangun setelah

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Toko Kelontong Bu Yayuk di Desa Ngadiluwih*

pemilik resign dari sebuah Koperasi kemudian menikah dan mendirikan toko ini pada tahun 1999 hingga saat ini. Usaha ini bergerak di bidang perdagangan yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-sehari. Alasan pemilik toko mendirikan usaha ini dikarenakan dulu di daerah ini belum ada toko kelontong yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari dan beliau berfikir bahwa kebutuhan sehari-hari selalu dan sangat diperlukan oleh warga sekitar didalam kehidupannya.

Berbagai macam kebutuhan sehari-hari yang disediakan oleh toko ini meliputi sembako, makanan ringan, roti, rokok, bubuk kopi, aneka minuman, air mineral galon, LPG, BBM, dan lain-lain. Untuk bubuk kopi yang dijual beliau memprosesnya sendiri secara tradisional tanpa menggunakan oven dan resep yang dibuatnya merupakan resep turun temurun dari keluarganya. Target pasarnya adalah warga sekitar dan orang yang lewat jalan raya tersebut.

Dalam menjalankan usahanya ini, pemilik toko dibantu dengan keluarganya dan tidak memiliki karyawan dari luar karena dirasa keluarganya sudah lebih dari cukup untuk membantu menjalankan usahanya setiap hari. Jadi setiap hari itu bergantian ada yang jaga pagi hari, siang hari, dan malam hari untuk jadwalnya itu menyesuaikan yang tidak sibuk berarti harus jaga toko. Letak toko ini dapat dikatakan sangat strategis karena menghadap ke jalan raya bukan masuk ke gang. Jam operasional toko ini adalah mulai pagi hari pukul 04:30 hingga malam hari pukul 21:00, walaupun pada pagi hari toko belum buka ataupun malam hari sudah tutup pemilik masih tetap melayani

warga sekitar jika yang ingin berbelanja tetapi jika orang tidak dikenal maka tidak dilayani dikarenakan pemilik takut akan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

## **B. Perkembangan Usaha**

Sebelum tahun 2012, usaha ini cukup ramai pembeli dan bisa dikatakan tidak memiliki pesaing didaerah sekitar tempat usaha. Namun setelah tahun 2012, muncullah berbagai pesaing yang jenis usahanya sama hingga barang yang dijual pun sama. Untuk harga justru ada yang menawarkan dengan harga rendah, sehingga usaha ini pelanggannya semakin berkurang. Namun saat ini, usaha ini kembali bangkit mampu bersaing dengan berbagai pesaingnya.

## **C. Pemasaran**

Untuk pemasaran produk yang dijual ini dengan cara membuka toko setiap hari. Namun saat ini ada sedikit kemajuan pada usaha ini, yaitu pemilik usaha mulai melayani pengantaran pesanan (*delivery order*) yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini yang mana masyarakat lebih memilih belanja dari rumah untuk mencegah penularan virus Covid-19.

## **D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Pemilik usaha ini memiliki beberapa permasalahan yang kerap terjadi selama mengembangkan usahanya. Permasalahan yang sering terjadi meliputi banyaknya pesaing bermunculan yang lokasinya dekat dengan toko bahkan dalam pemberian

harga ada yang lebih murah sehingga pembeli yang awalnya berbelanja di Toko Kelontong Bu Yayuk ini sebagian pindah memilih berbelanja di toko lain.

Selain itu, banyaknya pembeli yang berhutang karena rata-rata pekerjaan masyarakat disekitar tidak tetap apalagi ditengah pandemi Covid-19 saat ini banyak karyawan pabrik yang terkena PHK. Sehingga untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar mulai kesulitan yang menyebabkan mereka harus berhutang di toko ini. Ketika berhutang tidak sedikit pembeli yang berjanji untuk membayarnya, namun kenyataannya ketika pembeli tidak sanggup membayar tepat waktu konsumen tersebut justru tidak berani berbelanja di toko ini melainkan belanja di toko lain.

Dalam hal operasional toko, pemilik tidak memiliki laporan keuangan yang tersusun secara terperinci sehingga keluar masuknya uang setiap hari itu belum jelas. Pemilik hanya memiliki catatan hutang pembeli, dalam mencatat hutang pembeli juga tidak semuanya dicatat. Pemilik melakukan pencatatan hutang ketika pembeli berhutang minimal Rp 20.000.00,-. Jika hutang pembeli sedikit beliau tidak mencatatnya. Sebenarnya walaupun hutangnya sedikit-sedikit, namun jika yang berhutang itu banyak maka akan terasa juga jika tidak dibayar.

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan**

Adapun beberapa solusi yang dilakukan oleh pemilik usaha Toko Kelontong Bu Yayuk dalam menghadapi permasalahan tersebut diantaranya:

1. Jika pesaing bermunculan di tengah pandemi

Covid-19 maka pemilik usaha menambahkan barang yang dijual sesuai dengan kebutuhan saat ini seperti *hand sanitizer*, masker, sabun cuci tangan, *face shield*, *connector* masker, strap masker, bak tempat cuci tangan, dan lain-lain. Sehingga ketika pembeli berbelanja kebutuhan sehari-hari mereka tidak perlu ke tempat lain jika ingin membeli kebutuhan di saat pandemi Covid-19 ini.

2. Memberikan diskon di hari-hari tertentu karena ini untuk menarik perhatian pembeli yang lebih suka dengan produk diskon.
3. Selalu bersikap ramah dan jujur terhadap pembeli, karena pembeli akan merasa nyaman dan aman jika pemilik usaha ramah dan jujur. Dengan itu diharapkan pembeli dapat menjadi pelanggan tetap di Toko Kelontong Bu Yauk dan tidak berpindah-pindah lagi ketika berbelanja.
4. Saat ini pemilik usaha membatasi siapa saja yang berhutang dan jumlah barang yang dapat diutang. Ketika ada yang berhutang, namun mengingkari janjinya dengan tidak membayar tepat waktu maka pemilik usaha memberanikan diri untuk menagihnya dengan cara yang tepat agar pembeli tidak tersinggung ketika ditagih
5. Saat ini pemilik usaha sedang berusaha membuat laporan keuangan yang terperinci yang mencatat tentang pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan di Toko Kelontong Bu Yayuk ini. Pemilik usaha juga semakin jeli terhadap pembeli yang berhutang, seberapa kecilpun hutang pembeli maka pemilik usaha akan mencatatnya karena

dapat dijadikan bukti jika suatu saat pembeli tidak mau membayar hutangnya.

## **F. Penutup**

Dalam menjalankan sebuah usaha tidaklah lepas dari beberapa permasalahan yang dapat meruntuhkan sedikit demi sedikit usaha yang berdiri dengan kokoh. Apalagi ditengah pandemi Covid-19 ini pemilik usaha Toko Kelontong Bu Yayuk ini harus pandai-pandai dalam mempertahankan kelancaran usahanya dengan merombak strategi pemasaran yang lama dan mencari strategi pemasaran baru untuk tetap mengembangkan usahanya sehingga mendapatkan anime pembeli serta dapat bersaing dengan toko-toko lain yang muncul.

## **BIODATA PENULIS**

Devi Ayugi Rukmana

Lahir di Bojonegoro pada 14 Februari 2000. Pendidikan terakhir yang ditempuh penulis SMAN 1 Kalitidu pada tahun 2018. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Tulungagung. Penulis saat ini aktif di organisasi FKMB IAIN Tulungagung sebagai Divisi Komunikasi dan Informasi. Penulis juga aktif mengikuti program Shopee Affiliates & Influencers, untuk itu link produk kebutuhan pembaca bisa di cek di <https://msha.ke/ayugidevi>. Selain itu penulis juga mulai menyusun strategi pengembangan UMKM Kopi Bubuk Lokal, untuk itu perkembangan usaha penulis akan selalu di update pada instagram @kopi.zamandulu.



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM BUMDESMA DI DESA BOYOLANGU**

Oleh: Yudhitya Putri Melati

### **A. Gambaran Umum UMKM BUMDESMA Boyolangu**

BUMDESMA adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. Selain itu, pengertian BUMDES adalah lembaga keuangan desa yang mana didirikan melalui ketetapan PERDES dan juga merupakan lembaga keuangan yang berbasis pada kegiatan ekonomi mikro sosial.

Dibentuknya BUMDESMA adalah kerja sama antar desa yang mempunyai visi misi dengan tujuan yang dapat mensejahterakan masyarakat desa tersebut, jadi tidak hanya satu desa yang mendirikan lembaga ini namun ada dua tahun lebih dari desa yang terlibat dalam pengelolaan BUMDESMA, berbeda dengan BUMDES kalo BUMDES sendiri yang mengelola hanya satu desa. Tujuan dari adanya BUMDESMA

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
BUMDESMA di Desa Boyolangu*

dalam sebuah desa adalah bagaimana desa tersebut mampu untuk menyejahterakan masyarakat di desanya dengan upaya yang dilakukan desa antara lain meningkatkan perekonomian desa, meningkatkan pendapatan desa, menjadi dasar pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa. Dengan adanya BUMDESMA ini memberikan dampak positif terhadap desa, diantaranya dampak positif yang diperoleh antara lain adalah meningkatnya efektivitas penanggulangan kemiskinan dan memperluas lapangan pekerjaan.

Berbicara mengenai perkembangan usaha milik desa atau BUMDESMA, di Kabupaten Tulungagung sendiri tidak semua wilayah terdapat lembaga usaha milik desa yaitu BUMDESMA, dari 19 kecamatan yang berada di Kabupaten Tulungagung hanya ada 13 BUMDESMA di Kabupaten Tulungagung yang mampu bertahan dan berkembang cukup pesat dan sisa 5 kecamatan tidak terdapat BUMDESMA. Diperkirakan kecamatan yang tidak terdapat BUMDESMA tersebut adalah kecamatan yang masuk dalam kawasan dimana mayoritas dari warganya sudah serba kecukupan, dan pemerataan perekonomian sudah cukup baik sehingga tidak ada ketimpangan yang cukup tinggi di kecamatan tersebut. Namun satu dari lima kecamatan tersebut diantaranya mengalami kegagalan karena masalah keuangan, sehingga sudah tidak lagi beroperasi.

Selain itu, BUMDESMA juga memfasilitasi desa dengan semaksimal mungkin, sehingga mampu meningkatkan pendapatan yang diperoleh desa, dengan pendapatan tersebut desa dapat merencanakan

pembangunan sarana dan prasarana yang sekiranya dibutuhkan masyarakat desa seperti memperbaiki jalan yang berlubang dan rusak, menyediakan pos kampling atau pos keamanan yang memadai, memperbaiki selokan yang rusak, memperbaiki fasilitas umum yang rusak, dan beberapa hal lainnya yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh khalayak ramai. BUMDESMA yang ada di Desa Boyolangu sangat memberikan solusi kepada masyarakat desa yang sedang membutuhkan pinjaman dana untuk mengembangkan usahanya tanpa harus pergi ke bank dengan persyaratan yang tidak cukup rumit, yaitu BUMDESMA menawarkan pinjaman dengan persyaratan yang mudah dan dapat dijangkau oleh para peminjam dana.

## **B. Perkembangan Usaha**

Adapun beberapa perkembangan usaha di BUMDESMA ini diantaranya pembangunan sarana dan prasarana yang sekiranya dibutuhkan masyarakat desa seperti memperbaiki jalan yang berlubang dan rusak, menyediakan pos kampling atau pos keamanan yang memadai, memperbaiki selokan yang rusak, memperbaiki fasilitas umum yang rusak, dan beberapa hal lainnya.

Sementara untuk saat ini sudah terlaksana pembuatan taman yang banyak dikunjungi oleh masyarakat dari dalam desa Boyolangu maupun luar desa. Tepatnya taman Nangkula Park yang ada di desa Kendalbulur, Boyolangu. Pelaksanaan pengadaan taman tersebut juga masih dalam naungan BUMDESMA Boyolangu dan tepat terdapat lahan kosong yang masih bisa digunakan maka

dimanfaatkan. Taman tersebut bisa menghasilkan dana untuk pemasukan BUMDES dan membuka loker untuk para warga sekitar agar lebih sejahtera.

Selain itu BUMDESMA juga mengadakan usaha bersama UD. TANI, Koperasi Simpan Pinjam Perempuan atau biasa disebut dengan SPP, Toko sembako yang dilaksanakan bersama ibu-ibu PKK yang penghasilannya sendiri dibagi rata dengan warga dan untuk pemasukan BUMDESMA Boyolangu tersebut. Sehingga dengan banyaknya masyarakat yang berkunjung di desa ini, maka secara tidak langsung banyak timbal balik yang diperoleh desa ini, baik dari segi sosial, ekonomi dan lain sebagainya.

### **C. Pemasaran**

Terkait Pemasaran promosi tetap diunggulkan, Promosi adalah upaya untuk menginformasikan atau menawarkan suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli barang. Promosi yang dilakukan BUMDESMA Boyolangu yaitu dengan memperbaiki taman tersebut dengan menanam berbagai macam bunga dan menambah beberapa patung dan icon untuk dikenal semua masyarakat. Menambah warung makan di dalam taman agar bisa dinikmati para pengunjung, sedang yang di depan taman juga bisa membuka ladang pekerjaan bagi warga sekitar untuk berjualan macam-macam makanan. Wisata Nangkula Park sudah berkembang bagus dan perlu pengembangan. Jadi tidak usah pergi jauh-jauh ke Belanda untuk melihat bunga tulip cukup disini saja menikmati bunga cengger ayam, yang pada saat sedang berbunga itu bagus

sekali. Dan kita tinggal menambahkan suasana agar bisa menjadi contoh untuk desa-desa lainnya.

Sementara ini juga terdapat dampak Pandemi Covid-19 yang tak kunjung usai, apalagi ditambah dengan adanya PPKM beberapa minggu terakhir taman Nangkula Park masih ditutup dan hanya ada penjual makanan di depannya. Pendapatan juga berkurang tetapi pihak BUMDESMA memanfaatkan untuk menambah pembangunan beberapa icon lagi di taman tersebut. Sedangkan untuk UD. TANI, Koperasi Simpan Pinjam Perempuan atau biasa disebut dengan SPP, Toko sembako masih berjalan lancar karena tetap dibutuhkan untuk keseharian masyarakat sekitar.

#### **D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Setiap usaha yang dilakukan atau dijalankan pasti mengalami berbagai permasalahan, dan permasalahan bisa datang dari pihak internal maupun eksternal. Sama seperti halnya BUMDESMA Boyolangu ini tetap berusaha memaksimalkan pendapatan dan pengeluaran sebaik mungkin demi kesejahteraan masyarakat Boyolangu.

Dengan adanya BUMDESMA ini sangat membantu masyarakat khususnya bagi pendiri dan pengelola UMKM jika ada yang membutuhkan dana bisa menjalin kerjasama dengan BUMDESMA di desanya tersebut, mereka bisa melakukan kredit dan uang pinjaman, tetapi tidak jarang juga kurangnya bertanggung jawab pemilik UMKM yang tidak ada kejelasan mengembalikan dana pinjaman dengan alasan kebangkrutan usaha yang dijalankannya.

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
BUMDESMA di Desa Boyolangu*

Keuangan desa harus dikelola oleh orang-orang yang paham terhadap aturan pengelolaannya. Aparatur desa harus memiliki kemampuan dan keahlian untuk memahami dan menterjemahkan aspirasi dan kebutuhan masyarakat ke dalam kegiatan dan program pelayanan. Untuk mencapai desa yang mandiri, pengelolaan keuangan desa harus dilakukan dengan berdasarkan prinsip tata kelola, yaitu transparan, akuntabel dan partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran. Suatu hal yang dikerjakan dengan optimal akan menghasilkan hasil yang maksimal pula. Sama halnya ketika sebuah desa mampu mengoptimalkan peran BUMDESMA untuk kesejahteraan masyarakatnya. Dimana BUMDESMA merupakan sebuah badan usaha milik desa yang bertujuan untuk menggali dan mengoptimalkan potensi wirausaha desa. Oleh karena itu, dengan mengoptimalkan peran BUMDESMA sebagai sebuah badan yang mengelola usaha- usaha masyarakat di sebuah desa, sebuah desa akan mampu mengarah pada kemandirian.

**E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Dari permasalahan diatas pihak BUMDESMA mengadakan penyuluhan terkait SPP dan pinjaman UMKM dan melakukan perjanjian bermaterai yang berisi sanksi jika ada pelanggaran. Pihak BUMDESMA juga tidak segan-segan mengusut mengurus tuntas peminjam dana modal yang lalai dalam tanggung jawab agar jera. Sedangkan untuk pemasukan dari UD TANI , Toko Sembako masih berjalan hingga sekarang walaupun dimasa pandemi.

Dana diputar balik sementara untuk pembangunan renovasi Taman.

## **F. Penutup**

Adanya pandemi Covid-19 dan PPKM beberapa minggu ini berdampak sangat berpengaruh terhadap dunia usaha. Tentunya hampir semua pelaku usaha berupaya merombak strategi-strategi perusahaan mereka untuk mempertahankan bisnisnya. BUMDESMA Boyolangu melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan perusahaan dengan mengubah beberapa strategi dan memutar pemasukan dana agar tetap berjalan dengan baik. Adapun kendala-kendala selama Covid-19 ini terjadi sedikit demi sedikit mulai teratasi dengan berbagai strategi-strategi baru yang diterapkan dan tentunya itu juga tidak mudah.

## **BIODATA PENULIS**

Yudhitya Putri Melati

Lahir di Tulungagung pada 26 Januari 2000. Pendidikan terakhir yang saya tempuh SMKN 01 BOYOLANGU pada tahun 2018. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Tulungagung dengan ketertarikan di bidang memasak dan semangat untuk berkembang, penulis berusaha mengembangkan skill dan kemampuannya.

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
BUMDESMA di Desa Boyolangu*



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM CV. SWARGA BERKAH BERSAMA DI DESA WONOREJO**

Oleh: Dinda Khoirun Nisa

### **A. Gambaran Umum UMKM CV. Swarga Berkah Bersama**

Seiring berjalannya waktu, perkembangan zaman semakin modern, masyarakat semakin lebih mendalami teknologi yang ada, semakin canggih akan adanya teknologi dan akan semakin mudah mencari kebutuhan seperti halnya kebutuhan sandang, pangan yang kebanyakan mudah diakses lewat media sosial, seperti halnya dunia fashion yang semakin maju. Masyarakat mulai kaya akan ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti usaha dibidang pakaian. Dengan adanya persaingan usaha yang semakin berkembang pesat dan berlomba-lomba untuk meningkatkan laba dan harus memikirkan strategi-strategi yang bisa mengoptimalkan laba usaha tersebut demi mempertahankan bisnis mereka.

Persaingan di suatu perusahaan membuat para pelakunya harus selalu memikirkan strategi-strategi yang dapat menjamin kelangsungan bisnis mereka. Pada suatu perusahaan memiliki ketersediaan data yang melimpah. Hal ini melahirkan kebutuhan akan

adanya teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan-pengetahuan baru, yang dapat membantu dalam pengaturan strategi dalam menjalankan bisnis. Prediksi minat konsumen akan sangat penting bagi perusahaan, dimana dengan adanya prediksi minat konsumen perusahaan dapat mengambil suatu perusahaan atau strategi yang benar dan tepat bagi konsumennya.

Perusahaan harus lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan strategi yang baik untuk dapat menstabilkan dan mengoptimalkan pemasaran. Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran.

Usaha bisnis yang telah berjalan dan berkembang dengan baik sesuai rencana yang telah ditentukan sebelumnya seperti itu salah satu tujuan setiap pelaku usaha. Inti dari pengertian pengembangan usaha ialah pemasaran dapat memaksimalkan keuntungan. Hal inilah yang menjadi permasalahan di lapangan pada CV. Swarga Berkah Bersama. CV. Swarga Berkah Bersama CV.Swarga Berkah Bersama merupakan perusahaan yang bergerak dalam memasarkan busana-busana syar'i , bentuk pemasarannya melalui online dan memiliki

banyak *marketer* dan *reseller*, berdirinya CV. Swarga Berkah Bersama dirintis sendiri oleh bapak Muchammad Anang Arif yang selaku pemilik usaha tersebut, CV. Swarga Berkah Bersama berdiri sejak 3 tahun yang lalu terhitung sampai sekarang. CV. Swarga Berkah Bersama bertempat di Wonorejo, Kec. Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 6629 yang buka mulai 08.00-16.00 dan memiliki karyawan sebanyak 70 orang.

## **B. Perkembangan Usaha**

Adapun berbagai strategi-startegi pemasaran untuk dapat mengembangkan usahanya, yakni CV. Swarga Berkah Bersama harus memperhatikan konsep dari pemasarannya meliputi :

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan,
2. Produk (Barang, Jasa, dan Gagasan),
3. Nilai, Biaya dan Kepuasan,
4. Pertukaran dan Transaksi,
5. Hubungan dan Jaringan,
6. Pasar,
7. Pemasar dan Calon Pembeli.

## **C. Pemasaran**

Branding adalah salah satu upaya untuk menginformasikan atau menawarkan suatu produk yang bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli barang. Dengan menguatkan branding tentu juga konsumen jadi lebih tau bahkan juga ingat dengan produk kita, dan juga memberi kesan baik. Branding yang dilakukan CV. Swarga Berkah Bersama ada

beberapa agar tujuan tersebut bisa tercapai, yaitu menjalankan strategi branding :

**1. Membuat Iklan**

CV. Swarga Berkah Bersama tidak kesusahan dalam memasang iklan karena banyaknya biaya yang dimiliki. Tetapi juga branding menggunakan website adalah pilihan yang tepat. Selain menghemat biaya juga mampu meraih pasar yang lebih luas. Atau juga bisa melalui sosial media. Baik instagram, facebook atau whatsapp. Tapi pastinya, dibutuhkan kreatifitas yang tinggi serta trik-trik khusus agar dilirik oleh konsumen.

**2. Mengadakan Event**

CV. Swarga Berkah Bersama untuk meningkatkan pemasarannya tentu juga mengadakan event seperti halnya, mengadakan give away kepada konsumennya yang telah berlangganan, mengadakan bazar, dan juga sering mengadakan diskon.

**3. Memberikan Nilai Tambah Sebuah Produk**

Paling penting, berikan nilai tambah sebuah produk yang dijual. CV. Swarga Berkah Bersama juga memperhatikan setiap kontennya baik soft selling maupun hard selling, yang didalamnya mengidentifikasi berbagai produknya agar konsumen tertarik dan ingin membelinya.

**D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Semua perusahaan bisnis menghadapi permasalahan terkait adanya pandemi Covid 19 yang menyebabkan perusahaan mengalami penurunan

omzet dan banyak perusahaan yang melakukan kebijakan untuk mengurangi karyawan. CV. Swarga Berkah Bersama mengalami banyak penurunan omzet bahkan dengan penurunan ini CV. Swarga Berkah Bersama mengalami banyak permasalahan salah satunya terlalu banyak menimbun stock produk lama yang biasanya bisa langsung terjual, namun tidak bisa laku cepat. CV. Swarga Berkah Bersama juga meliburkan banyak karyawan, akan hal itu CV. Swarga Berkah Bersama menjual aset-aset yang sudah tidak digunakan lagi, dan banyak merugikan.

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Dari permasalahan diatas CV. Swarga Berkah Bersama mempunyai beberapa solusi strategis diantaranya sebagai berikut:

1. Melakukan banyak event terkait diskon produk yang masih tinggi kurva stocknya.
2. Melakukan kegiatan promosi secara online di berbagai sosial media dan *marketplace*. Promosi online tersebut meliputi aplikasi instagram, whatsapp dan shopee. Akun tersebut dikelola oleh admin perusahaan dan beberapa reseller.
3. Membuka lowongan reseller sebanyak-banyaknya, demi mempertahankan laba perusahaan.

#### **F. Penutup**

Dampak dari pandemi covid-19 akan terus dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat selama tahun 2021. Dampak adanya pandemi Covid-19 ini sangat berpengaruh terhadap dunia usaha. Tentunya

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM CV.  
Swarga Berkah di Desa Wonorejo*

hampir semua pelaku usaha berupaya merombak strategi-strategi perusahaan mereka untuk mempertahankan bisnisnya. Sama halnya CV. Swarga Berkah Bersama yang berupaya mempertahankan perusahaan dengan mengubah beberapa strategi yaitu strategi branding, pemasaran dan pengembangan usaha, kendala-kendala selama Covid-19 ini terjadi sedikit demi sedikit mulai teratasi dengan berbagai strategi-strategi baru yang diterapkan dan tentunya itu juga tidak mudah. Dalam keadaan apapun pelaku bisnis harus bisa menerima segala resiko dan hambatan untuk mempertahankan bisnisnya yang telah dibangun.

## **BIODATA PENULIS**

Dinda Khoirun Nisa

Lahir di Tulungagung pada 28 September 1999

Pendidikan yang saya tempuh terakhir di MAN 1 Tulungagung pada tahun 2018. Saat ini sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN TULUNGAGUNG dan memiliki ketertarikan dibidang seni musik.



## **DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM PENTOL DAGING AYAM “MBAK ANJAR” DI DESA PULOSARI**

Oleh: Ahmad Panca Sakti Hidayatullah

### **A. Gambaran Umum UMKM Pentol Ayam**

Setiap keluarga dan rumah tangga pasti membutuhkan ekonomi yang praktis di masa pandemi. Tidak hanya itu saja, selain itu juga membutuhkan untuk bayar listrik, air, pendidikan dsb. Seiring berjalan waktu telah berusaha bekerja di lokal maupun di luar untuk mencari nafkah kebutuhan keluarga ketahanan pangan dan kebutuhan sehari sehari. Dengan adanya itu, kami berjualan berupa seperti snack, pentol dll. Terutama anak-anak usia masih belum dewasa berbondong-bondong membeli jajan 1 stel apalagi sekarang sekolah harus menggunakan daring di rumah. Maka dari itu pihak mereka mempunyai target untuk sehari berjualan mendapatkan kemaksimal keuntungan lumayan besar. Karena harus mempunyai modal untuk belanja bahan berupa tepung terigu, daging ayam, tepung sagu, bawang merah royko, garam, telur, gula dan daging ayam, lalu

pembuatannya dengan di aduk jadi satu dan dibawa di penggilingan.

Saat ini UMKM mengalami jalan yang baik seperti penjualannya laku setiap hari, banyak yang beli khususnya masyarakat di sekitar kita. Inti dari itu ingin membuka lapangan bekerja dan usaha sejak tahun-tahun sebelumnya. Banyak sekarang orang-orang sekarang berlomba-lomba membuka usaha mikro kecil atau berbisnis hanya mementingkan keuntungan besar dan laku tanpa riba baik dengan omzet yang banyak, mitra dsb. Hal yang paling penting adalah UMKM pentol ayam merupakan landasan yang bergerak bidang usaha mikro kecil melalui lapangan kerja sendiri di rumah, yang terletak di Desa Pulosari Kec Ngunut Kab Tulungagung RT 02 RW 09 sebelah selatan jembatan sungai letak timur jalan. Dalam usahan mikro mereka banyak yang berminat dari pihak tetangga dan keluarga sekitar rumah.

## **B. Perkembangan Usaha**

Dalam perkembangan usaha seiring berjalan waktu di masa pandemi yang dilakukan oleh pihak UMKM pentol ayam adalah bagaimana jualannya segera habis cepat dan biki lagi sehingga akan mendapat modal keruntungan lagi lalu belanja lagi dan seterusnya akan lebih cepat laku dan banyak pembeli.

Adapun dengan cara yang lain yaitu memproduksi lagi agar pengembangan UMKM secara maksimal akan memperbanyak dagang usahanya sehingga laku dan banyak yang ingin pesan dan membeli. Maka dengan proses kerja keras dan sabar Insya Allah ada jalan kemudahan walau di masa pandemi seperti ini.

### **C. Pemasaran**

Ada 2 pemasaran adalah berjualan di depan rumah jika tidak habis, terpaksa keliling menggunakan sepeda motor. Akhirnya setelah itu sehari-hari seperti biasa berjualan di rumah dari pagi sampai sore. Strategi pemasaran UMKM ditinjau dari pemasar untuk menunjang perekonomian keluarga di masa pandemi. Pada kondisi pandemi ini pemilik usaha harus memutar otak untuk memastikan keuangan usahanya tetap sehat dan bisa bertahan di masa sulit ini. Oleh karena itu, di masa pandemi ini pelaku usaha UMKM dituntut untuk bersabar mengoptimalkan segi dari pemasaran sebagai sarana membangkitkan inovasi ekonomi keluarga dengan target konsumen yang efektif.

Ada berbagai keunggulan teknik pemasaran UMKM seperti ;

1. Jangkauan luas
2. Murah harganya
3. Mudah
4. Efisien
5. Efektif

Maka kegiatan pemasaran UMKM ini hal yang terjadi banyak penurunan di karenakan bahan pokoknya habis sehingga belanja pun terbatas ketika membutuhkan. Namun apalagi sejak pandemi COVID 19 lebih tidak ada yang pelanggan dan pembeli. Maka dari pihak pemilik UMKM pentol daging ayam ini berusaha memaksimalkan pemasaran dengan tujuan salah satunya adalah memberikan edukasi pengetahuan tentang manajemen usaha pentol daging ayam dalam pembukuan usaha dengan memberikan buku laba rugi, arus kas, buku stok barang, buku pengeluaran barang dan buku pemasukan

barang. Kemudian juga meningkatkan pengetahuan tentang pengemasan dan mendorong kemajuan UMKM pentol daging ayam untuk melakukan pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman sehingga dapat meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19.

#### **D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Akhir-akhir ini sangat turun drastis di masa pandemi ini, dengan alasan banyak yang gak kerja bahkan kena PHK pengangguran, jadi lebih mementingkan mungkin kalau beli jajan berfikir 2 kali masyarakat itu, jadi biasanya bikinya banyak dikurangi sedikit. Ada beberapa hal yang permasalahan yang dihadapi adalah masalah terkait keuangan atau pembiayaan, SDM dan manajemennya, inovasi dan teknologi, pasar bahan baku dan masalah kelima terkait instusi.

Setiap orang punya usaha pasti pernah mengalami permasalahan baik dengan bahan, keuangan, dari segi pengelolaanya dsb. Hanya cuman macam macam berbeda yang di hadapi masalah, dan permasalahan itu baik dengan individu maupun lainnya. Begitu juga pasar sangat sepi ketika mau belanja bahan bakunya hingga para pedagang pun kegiatan masyarakat sangat terbatas, di Karenakan di berlakukan aturan PPKM baru baru ini dengan tujuan pembatasan mikro masyarakat agar keselamatan wabah tersebut.

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Adapun permasalahan utama yang sering dialami UMKM. Miniimnya modal yang dimiliki para pelaku usaha mengakibatkan kegiatan pentol daging ayam menjadi terhambat sehingga keuntungan yang di peroleh pun tidak optimal.

Oleh karena itu banyak para pelaku usaha mikro yang berusaha mencoba peruntungan dengan mencari modal dari bank sering kali tidak dapat dipenuhi oleh para pelaku UMKM sehingga usaha pun macet. Lalu bagaimana mencari solusi permasalahan di masa pandemi COVID 19?

Jika kita termasuk meraih impian punya pelaku usaha yang mestinya mengalami kesulitan mendapat keuntungan lumayan besar adalah pada perkembangan teknologi yang sangat tajam, para pelaku sudah UMKM kini bisa mendapat modal tambahan melalui sistem penggalangan dana. Ada dua jenis yaitu reward dan equity. Reward adalah merupakan sistem penggalangan dan yang berbentuk sponsor yang di dalamnya bisa memberikan imbalan sesuai dengan pendanaan dari donatur. Sedangkan equity merupakan suatu sistem penggalangan dana berbasis investasi dalam bentuk saham dengan imbalan berupa profit *sharing*.

## **F. Penutup**

Maka dengan kondisi masih belum normal harapan kita semua adalah kembali semula seperti dulu agar pelaku usaha UMKM semua yang dimiliki oleh masyarakat berjalan dengan lancar, baik hingga ekonomi akan semakin tinggi bisa menghidupi rumah tangga baik anak dan istri. Selain itu harus banyak-banyak relasi bisnis pengembangan usaha yang berupaya membuka lapangan kerja bagi yang tidak memiliki pekerjaan sehingga kita semua pun bisa belajar berdagang maupun jadi pengusaha seperti yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dan para sahabat Abdurrahman Bin Auf R.A.

## **BIODATA PENULIS**

Ahmad Panca Sakti Hidayatullah

Lahir di Kediri pada 08 Oktober 1997. Pendidikan terakhir yang saya tempuh MAN 3 Tulungagung Jawa timur pada tahun 2018. Penulis saat ini sedang menempuh pendidikan Sarjana pada program studi Hukum Keluarga Islam di IAIN TULUNGAGUNG. Selain ini penulis aktif dalam kegiatan pada bidang sosial terutama di daerah sekitar kaum dhuafa untuk memberikan manfaat kepada orang lain.



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM INDUSTRI RUMAHAN ROTI “CAHAYA” DI DESA SUMBERGAYAM**

Oleh: Dharis Septian Putri Utami

### **A. Gambaran Umum Industri Rumahan Roti “Cahaya”**

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, UMKM memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Kemajuan UMKM diselaraskan dengan perkembangan teknologi, sehingga dengan memanfaatkan sarana teknologi, informasi, dan komunikasi menjadi faktor pendorong berkembangnya UMKM. Meskipun UMKM merupakan usaha atau bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga atau badan usaha yang tergolong kecil dan menengah, namun UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dan krusial bagi perekonomian di Indonesia secara makro.

Salah satu UMKM yang ada ialah Industri Rumahan Roti “Cahaya” yang berada di Desa Sumbergayam, Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek. Usaha ini berjalan di bidang industri pengolahan yang meliputi berbagai kegiatan produksi. Usaha ini mulai dirintis pada akhir tahun 2019 oleh

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
Rumah Roti “Cahaya” di Desa Sumbergayam*

Bapak Adib Fathurrozi bersama dengan masyarakat sekitar. Produk dari Industri Rumah Roti “Cahaya” ini adalah roti tawar (kecil, besar, jumbo), roti kering, dan berbagai roti kombinasi.

Selain untuk mendapatkan laba, usaha ini dijalankan guna untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Usaha ini didirikan dengan tujuan untuk membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar.

## **B. Perkembangan Usaha**

Seperti yang telah dijelaskan diatas, usaha ini mulai dirintis pada akhir tahun 2019. Pada awal berdirinya, UMKM ini hanya memproduksi beberapa jenis roti saja, dan belum menerima pesanan. Namun, seiring dengan berjalannya waktu produk-produk yang dihasilkan bervariasi.

Dalam proses produksi, industri rumah Roti “Cahaya” mengutamakan kualitas rasa dan kelayakan makanan. Produk-produk hasil produksi dipasarkan melalui toko-toko kelontong dan beberapa toko grosir. Hingga sekarang dapat menerima pesanan untuk berbagai acara hajatan atau acara yang lainnya.

Namun UMKM masih kekurangan sarana produksi, seperti mesin-mesin otomatis untuk mengoven, memotong dan mengemas roti. Produksi dilakukan secara manual, sehingga butuh tenaga ekstra dalam memproduksi pesanan dalam jumlah banyak.

## **C. Pemasaran**

Dalam suatu usaha, pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan pendapatan melalui penjualan yang dilakukan. Dalam mengembangkan

UMKM, dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif yaitu dengan menciptakan produk-produk yang unik sehingga dapat memenangi persaingan pasar. Pemasaran yang jelas akan membantu menyampaikan tujuan dari UMKM tersebut, yaitu memperkenalkan produk-produk hasil produksi.

Memiliki UMKM yang dikenal banyak orang merupakan impian setiap pemilik UMKM. Untuk itu online marketing juga diperlukan untuk membantu memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM. Membuat promo-promo yang menarik juga merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian dari pelanggan maupun calon pelanggan. Dan yang paling penting adalah konsisten, strategi pemasaran yang digunakan harus dijalankan dengan konsisten agar tujuan dari UMKM tercapai, yaitu membangun kepercayaan konsumen terhadap UMKM.

Pada awalnya, sasaran pasar UMKM ini adalah toko-toko kelontong dan beberapa toko grosir. Seiring berjalannya waktu UMKM ini dapat menerima pesanan dalam jumlah banyak. Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM ini pada awalnya hanya dari mulut kemulut. Kemudian berlanjut dengan penawaran ke toko-toko grosir, dan juga online marketing. Online marketing dapat dilakukan dengan baik karena didukung teknologi-teknologi yang dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pemilik usaha.

#### **D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Setiap usaha pasti memiliki permasalahan, baik itu eksternal maupun internalnya. Semenjak adanya pandemi Covid-19 banyak sektor ekonomi domestik

dan global yang terpengaruhi. Dampaknya sangat terasa terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Dimasa pandemi seperti saat ini tentu antara pemasukan dan pengeluaran UMKM juga terpengaruh. Terjadi penurunan daya beli dari masyarakat dan juga hambatan distribusi produk dari produsen ke konsumen yang secara signifikan dipengaruhi oleh PSBB. Sehingga berpengaruh terhadap omzet yang diperoleh oleh UMKM.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM ini adalah turunnya daya beli masyarakat karena perekonomian nasional melemah. Jarangnya kegiatan masyarakat seperti hajatan dan lain-lain, membuat omzet UMKM menurun. Ditambah lagi sasaran pasar seperti toko-toko kelontong dan toko grosir yang juga mulai menurun. Adanya PSBB juga menjadi hambatan pendistribusian serta pemasaran produk.

Akibat berkurangnya aktivitas masyarakat di luar, penjualan UMKM juga mengalami penurunan. Sehingga perputaran modal usaha juga mengalami kesulitan. Jika masalah perputaran modal tidak segera teratasi tentu dampak terburuknya UMKM ini akan mengalami kebangkrutan. Pendapatan terbesar UMKM ini diperoleh dari pesanan-pesanan konsumen, terutama pesanan dalam jumlah besar, seperti untuk kegiatan masyarakat, hajatan dan sebagainya.

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Berdasarkan permasalahan yang ada, berikut pemaparan permasalahan beserta solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut:

1. Dalam kegiatan produksi, seperti yang telah dijelaskan diatas, kurangnya mesin-mesin otomatis dalam proses produksi menghambat perkembangan usaha. Untuk sementara mungkin menggunakan fasilitas mesin manual yang tersedia, yang sekiranya dapat menunjang kegiatanj produksi.
2. Dalam kegiatan pemasaran, sebenarnya usaha pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik, namun karena turunnya daya beli masyarakat karena turunnya tingkat perokonomian. Maka, bagian pemasaran juga harus meningkatkan strategi pemasaran yang sudah ada, dengan mengembangkan inovasi-inovasi untuk menarik perhatian masyarakat. Dengan tetap mempertimbangkan perekonomian yang dijadikan target.
3. Dalam kegiatan distribusi, karena adanya PSBB menghambat distribusi produk, untuk saat ini lebih baik sedikit mengurangi target jangkauan wilayah. UMKM lebih terfokus pada konsumen-konsumen sekitar agar daya beli konsumen yang telah ada tidak menurun.
4. Penurunan penjualan akibat berkurangnya aktivitas masyarakat di luar sebagai konsumen. Untuk mengatasi permasalahan ini mungkin untuk sementara waktu UMKM mengurangi jumlah produksi, sehingga antara biaya produksi dengan pendapatan masih dapat terkendali.
5. Kesulitan dalam permodalan akibat tingkat penjualan yang menurun, sehingga perputaran modal sulit. Demi menstabilkan perkeonomian di

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
Rumah Roti “Cahaya” di Desa Sumbergayam*

Indonesia, pemerintah membuat strategi yaitu dengan memberikan kontribusi dana kepada para pelaku usaha. Untuk itu dengan memanfaatkan kontribusi dari pemerintah dengan sebaik-baiknya akan dapat membantu perputaran modal dalam usaha.

## **F. Penutup**

Dampak adanya pandemi Covid-19 ini memang sangat berpengaruh diberbagai sektor di seluruh negara. Tidak hanya disektor kesehatan, pendidikan, politik dan terutama di sektor ekonomi. Perekonomian di Indonesia yang awalnya berkembang menjadi turun akibat adanya pandemi Covid-19. Untuk itu, demi menstabilkan perekonomian yang ada pemerintah membuat strategi dengan memberikan kontribusi kepada para pelaku usaha agar UMKM bisa terus berjalan.

Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap dunia usaha atau dunia bisnis. UMKM yang mana merupakan penguat perekonomian juga terkena dampaknya. Bahkan beberapa UMKM terpaksa melakukan pengurangan produksi dan juga pekerjanya demi keberlangsungan usahanya.

Industri rumah roti “Cahaya” ini pun terkena dampak seperti UMKM pada umumnya. Karena UMKM ini bisa dibilang masih baru, sehingga belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Untuk itu, UMKM ini masih perlu mengembangkan manajemen produksi, pemasaran, dan distribusi menjadi lebih baik lagi sehingga tujuan dari UMKM ini dapat terpenuhi.

## **BIODATA PENULIS**

Dharis Septian Putri Utami

Lahir di Trenggalek pada 14 September 2000. Pendidikan terakhir yang ditempuh penulis SMK Islam 1 Durenan pada tahun 2018. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Akuntansi Syariah di IAIN Tulungagung. Penulis memiliki ketertarikan dibidang memasak dan menjahit. Penulis masih dalam tahap pengembangan membuat desain dan pola dengan mengikuti kelas menjahit serta mengikuti tutor memasak secara online.

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
Rumahhan Roto “Cahaya” di Desa Sumbergayam*



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM HOME INDUSTRI KERIPIK KETELA GADUNG DI DESA SENDANG**

Oleh: Indar Gressia Sridewa Putri

### **A. Gambaran Umum UMKM Home Industri Keripik Ketela Gadung**

Diketahui bahwa 99% pelaku usaha di Indonesia adalah sektor UMKM. Peran UMKM ini sudah berkontribusi 60% terhadap produk domestik bruto nasional dan 97% terhadap penyerapan energi kerja yang terdampak pandemi. Sedangkan dari UMKM yang ada saat ini ternyata baru 16% yang telah masuk dalam ekosistem ekonomi digital. Pada konteks Indonesia, sektor UMKM ialah salah satu pilar primer dari fundamental ekonomi Indonesia. Bahkan, di saat terjadinya krisis ekonomi 1998, ternyata sektor UMKM sangat berkontribusi positif dalam menyelamatkan ekosistem ekonomi Indonesia masa itu. Hal yang sama juga terjadi selama pandemi Covid-19, yang mana sektor UMKM dapat berpotensi besar untuk sebagai akselerator pemulihan ekonomi nasional.

Salah satu UMKM tersebut yaitu UMKM home industri keripik ketela gadung yang terdapat di Desa Sendang Kabupaten Tulungagung, sesuai dengan

namanya usaha ini bergerak dibidang makanan ringan. Pelaku usaha mengkombinasikan rasa dari kerupuk gadung dan keripik ketela. Rasa yang unik menjadi daya tarik masyarakat untuk mencobanya. Proses produksi sangat dikelola dengan baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan aman untuk dikonsumsi semua kalangan. Pemilik UMKM ini adalah bapak Siswanto. Untuk saat ini pemilik hanya memproduksi satu rasa saja yaitu original.

## **B. Perkembangan Usaha**

Awal berdirinya UMKM ini, pemilik hanya menjualnya ke pasar tradisional yang lokasinya dekat dengan rumah beliau. Pada saat itu, produk yang dihasilkan tidak terlalu banyak hanya 5 kg perhari. Proses produksi yang besar jika hanya mendapat pesanan dari orang yang memiliki hajatan saja.

Seiring berjalannya waktu, produk yang dihasilkan cukup tinggi dikarenakan peminat keripik ini sangat banyak. Dalam proses produksinya pemilik sangat menjaga kualitas rasa dan kelayakan makanan, sebagian besar peminat dari makanan ringan ini merupakan masyarakat dari luar kota sehingga pesanan yang diterima dalam jumlah besar untuk dipasarkan kembali. Untuk menghasilkan keuntungan yang lebih, penjualan keripik ini tidak hanya mentah saja namun juga ada yang sudah siap makan.

## **C. Pemasaran**

Dalam berbisnis atau usaha tentunya terdapat kegiatan yaitu pemasaran produk. Pemasaran ini sangat penting dilakukan untuk meningkatkan

penjualan suatu produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan besar maupun industri rumahan. Analisis pasar yang cukup baik akan berdampak baik pula dengan produk yang terjual. Teknik analisis pasar sangat diperlukan seperti kepada siapa produk itu dijual beserta manfaatnya bagi konsumen.

Pada era sekarang, konsumen lebih memilih makanan yang praktis dan cepat dalam segi penyajiannya. Makanan tradisional juga banyak diminati saat ini, konsumen akan mencari produk makanan tradisional yang bisa dimasak sendiri di rumah seperti halnya keripik. Konsumen merasa lebih puas apabila memasak snack sendiri dengan porsi yang cukup untuk semua keluarga.

Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM ini merupakan dari mulut ke mulut, awalnya konsumen 1 mencoba untuk membeli beberapa produk ketika konsumen tersebut sudah menikmati cita rasa yang dihasilkan kemudian akan menjadi bahan perbincangan bahwa produk dari pemilik UMKM ini memiliki cita rasa yang unik dan renyah. Hal ini terdengar oleh pengepul makanan ringan tradisional dari luar kota terutama di daerah Mojokerto. Produk dibeli berdasarkan dengan bobot yang dihasilkan. Untuk saat ini, UMKM ini belum memasarkan produknya secara luas karena keterbatasan pengetahuan tentang penggunaan teknologi dalam pemasaran produk.

#### **D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Pada masa pandemi sekarang ini tentunya sangat berdampak besar terhadap pengusaha.

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Home Industri Keripik Ketela Gadung di Desa Sendang*

Pengusaha besar dengan terpaksa melakukan pemberhentian pekerja karena pemasukan yang berkurang, Tidak hanya pada perusahaan besar saja yang memiliki dampak yang besar, pengusaha UMKM pun juga mempunyai permasalahan yang sama. Modal yang sangat kecil membuat UMKM nyaris pailit atau bangkrut karena pemasukan dan pengeluaran yang tidak seimbang. Pengeluaran seperti proses produksi sangat banyak namun penjualan berkurang karena konsumen banyak yang membeli dari rumah seperti online.

Pada UMKM keripik ketela gadung juga memiliki dampak yang sangat besar yaitu yang semula dapat mengirim atau memasarkan produknya di luar kota kini hanya dapat menjual di dalam kota saja. Sementara peminat di dalam kota tidak sebesar peminat di luar kota. Selain permasalahan tersebut faktor cuaca akhir-akhir ini yang sering sekali hujan membuat proses produksi terhambat karena dalam proses pengeringan masih mengandalkan sinar matahari sehingga membuat beberapa produk yang setengah jadi berjamur. Akibat yang ditimbulkan adalah UMKM ini hampir merugi cukup banyak.

**E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Permasalahan yang terjadi pada UMKM home industri keripik ketela gadung adalah sebagai berikut:

1. Dalam teknik pemasaran, di era globalisasi tentunya perkembangan teknologi semakin maju. Perkembangan teknologi ini dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi dan membantu pekerjaan dengan mudah. Pemasaran dalam bidang teknologi

atau biasa disebut iklan dapat menunjang penjualan yang banyak. Hal ini tentunya dapat dimanfaatkan pemilik UMKM untuk mempromosikan bisnisnya, jika pemilik belum bisa menggunakan teknologi pemasaran maka dapat dilakukan dengan perekrutan karyawan yang mahir dalam bidang promosi.

2. Dalam teknik produksi, dijelaskan bahwa produksi masih dilakukan oleh pemilik UMKM artinya pemilik memproduksi sendiri dan menjual sendiri. Untuk efisiensi waktu pemilik dapat membuka lapangan pekerja untuk yang membutuhkan sehingga waktu yang dibutuhkan sangat cepat dan efisien. Selain itu, pemilik dapat melakukan berbagai cara dalam proses pengeringan selain memanfaatkan sinar matahari yaitu proses pengovenan, untuk memanfaatkan teknik oven tidak perlu menggunakan oven yang mahal seperti oven listrik. Oven ini tentunya sangat mahal harganya sehingga tidak efisien jika digunakan dalam industri yang kecil. Ada berbagai cara teknik pengovenan ini yaitu dengan memanfaatkan kayu bakar. Di desa sendang sendiri masih banyak kayu bakar yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakatnya.
3. Dalam masa pandemi seperti sekarang ini tentunya membuat UMKM semakin menurun, dengan adanya hal ini UMKM dapat melakukan sebuah inovasi produk. Seperti halnya UMKM keripik ketela gadung ini semula pemilik hanya menjualnya ke pengepul dan hanya menerima pesanan dalam jumlah besar saja, dapat dilakukan

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Home Industri Keripik Ketela Gadung di Desa Sendang*

membuka toko khusus untuk menjual produknya sehingga meskipun tidak ada pesanan dalam jumlah besar masih tetap bisa bertahan.

## **F. Penutup**

UMKM merupakan tiang terpenting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Terdapat banyak riset bahwa UMKM berpengaruh besar terhadap kemajuan ekonomi negara sehingga pemerintah sangat membantu dalam kemajuan UMKM tersebut.

Pandemi covid-19 membuat ekonomi Indonesia yang semakin berkembang menjadi turun. Hal ini dikarenakan UMKM dan perusahaan lainnya melakukan pengurangan jumlah produksi maupun jumlah pekerja.

Keripik ketela gadung ini juga berdampak seperti UMKM ada umumnya, namun UMKM ini belum banyak diketahui oleh masyarakat luas sehingga dapat dilakukan teknik teknologi pemasaran yang sudah berkembang pada era sekarang ini.

## **BIODATA PENULIS**

Indar Gressia Sridewa Putri

Dilahirkan di Tulungagung pada 17 Juli 1999. Pendidikan yang diakhiri yang ditempuh penulis SMAN 1 Karangrejo pada tahun 2018. Saat ini penulis sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Akuntansi Syariah IAIN Tulungagung. Penulis memiliki ketertarikan dibidang memasak dan karya sastra. Penulis masih dalam tahap pengembangan menulisnya di sebuah aplikasi dan mengikuti kelas memasak online.



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM PT. PAKIS LOGAM PERKASA INDONESIA DI DESA PAKISREJO**

Oleh: Irkha Fitriana

### **A. Gambaran Umum UMKM PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia**

Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern, masyarakat semakin membutuhkan kepraktisan dalam pemenuhan kebutuhannya dalam segala hal, termasuk dalam peralatan dapur dan rumah tangga. Era industrialisasi semakin pesat, banyak terjadi revolusi hampir disetiap bidang kehidupan. Usaha-usaha untuk mendukung pemenuhan hidup semakin banyak. Masyarakat mulai kaya akan ilmu pengetahuan mengenai bagaimana langkah awal merintis karir, seperti usaha bidang peralatan rumah tangga. Dengan adanya persaingan usaha yang semakin berkembang saat ini, para pelaku usaha berlomba-lomba dan harus memikirkan atau mengembangkan proposal strategi strategi demi mempertahankan bisnis mereka.

Suatu bisnis yang sudah berjalan baik dan menghasilkan laba bisa disebut dengan usaha yang

telah berkembang, bisnis seperti itu yang menjadi tujuan setiap pelaku bisnis. Inti dari pengertian pengembangan usaha ialah pemasaran dapat memaksimalkan keuntungan. Hal inilah yang menjadi permasalahan di lapangan pada PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia. Perusahaan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia merupakan usaha yang bergerak di bidang industri rumah tangga, yang terletak di Desa Pakisrejo, Kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung yang berdiri pada tahun 1998 dan didirikan oleh bapak Sudarman. Dalam usahanya PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia mulai berkembang pada 2003 dikarenakan banyaknya permintaan dari para konsumen baik dalam kota maupun luar kota. Produk PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia meliputi, sutil, serok, asbak, sekrop sampah, asbak galvalum, asbak plat dan parut listrik.

## **B. Perkembangan Usaha**

Adapun beberapa strategi pengembangan usaha yang dilakukan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia, yang pertama perusahaan akan menambah produk baru berupa parut menara. Tujuan diproduksinya parut menara ini supaya konsumen bisa membeli produk yang multifungsi. Strategi penambahan varian produk pada perusahaan ini juga bisa terjadi apabila ada permintaan pasar.

Kedua, supaya proses produksi bisa lebih maksimal, strategi pengembangan usaha yang dilakukan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia adalah dengan memperluas lokasi proses produksi. Lokasi proses produksi saat ini masih ada tanah yang kosong,

tanah yang kosong tersebut akan menjadi tempat produksi PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia. Proses pembangunan tempat produksi saat ini masih tahap pengerjaan pondasi bangunan.

### **C. Pemasaran**

Promosi adalah upaya untuk menginformasikan atau menawarkan suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli barang. Promosi yang dilakukan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia ada 2 cara. Pertama, sebelum terjadinya pandemi promosi dilakukan secara offline, pemilik mendatangi beberapa toko untuk menawarkan barang atau menawarkan calon pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap. Kedua, dengan adanya Covid-19 promosi dilakukan secara online karena dengan adanya pembatasan kegiatan masyarakat guna memutus rantai virus menyebabkan promosi offline tidak maksimal. Promosi secara online menggunakan aplikasi instagram, whatsapp dan shopee.

Kegiatan promosi offline sebenarnya sudah berlangsung sejak awal berdirinya perusahaan. Sebenarnya kegiatan promosi seperti ini sudah tidak pernah dilakukan oleh pemilik PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia beberapa tahun belakangan ini, hal tersebut terjadi karena perusahaan sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, biasanya pelanggan yang akan datang ke perusahaan untuk membeli produk. Namun, sejak pandemi terjadi permintaan konsumen sempat mengalami penurunan dikarenakan pasar sepi, pihak perusahaan ingin melakukan kegiatan

promosi offline lagi untuk memaksimalkan permintaan dan menaikkan profit, sayangnya kegiatan masyarakat pada saat pandemi sangat terbatas yang mengakibatkan promosi PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia ke beberapa toko menjadi terhambat.

#### **D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Setiap bisnis yang dilakukan atau dijalankan pasti mengalami berbagai permasalahan, dan permasalahan bisa datang dari pihak internal maupun eksternal. Sama halnya dengan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia, pada awal terjadinya Covid-19 seluruh pegawai bagian produksi diliburkan selama 2 minggu untuk menjalankan karantina mandiri, hal tersebut menyebabkan perusahaan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia tentu saja tidak bisa menghasilkan produk sama sekali selama masa karantina. Kendala yang kedua yaitu, pada awal diterapkannya PSSB, bahan baku untuk pembuatan parut listrik sulit dicari dan sering datang terlambat, yang pada akhirnya proses produksi parut listrik tidak berjalan semestinya.

Kendala ketiga adalah, karena bahan baku sulit dicari akhirnya bahan baku mengalami kenaikan harga produk. Kendala keempat yaitu, pemilik tidak bisa melakukan pemasaran secara offline. Kegiatan promosi seperti ini sudah berlangsung sejak awal berdirinya perusahaan. Sebenarnya kegiatan promosi seperti ini sudah tidak pernah dilakukan oleh pemilik PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia beberapa tahun belakangan ini, hal tersebut terjadi karena perusahaan sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat biasanya pelanggan yang akan datang ke perusahaan

untuk membeli produk. Namun, sejak pandemi terjadi permintaan konsumen sempat mengalami penurunan dikarenakan pasar sepi, pihak perusahaan ingin melakukan kegiatan promosi offline lagi untuk memaksimalkan permintaan dan menaikkan profit, sayangnya kegiatan masyarakat pada saat pandemi sangat terbatas yang mengakibatkan promosi PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia ke beberapa toko menjadi terhambat.

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Dari permasalahan diatas PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia mempunyai beberapa solusi strategis diantaranya sebagai berikut:

1. Menjual stok digudang dan menaikkan harga jual produk agar perusahaan bisa mempetahankan profit
2. Melakukan kegiatan promosi secara online di berbagai sosial media dan *marketplace*. Promosi online tersebut meliputi aplikasi instagram, whatsapp dan shopee. Akun tersebut dikelola oleh admin perusahaan dan beberapa reseller
3. Menambah produk baru berupa parut menara. Tujuan diproduksinya parut menara ini supaya konsumen bisa membeli produk yang multifungsi. Selain itu, perusahaan berupaya menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan bisa memuaskan konsumen. Kemudian, agar proses produksi bisa lebih maksimal, strategi pengembangan usaha yang dilakukan PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia adalah dengan memperluas lokasi proses produksi.

## **F. Penutup**

Dampak adanya pandemi Covid-19 ini sangat berpengaruh terhadap dunia usaha. Tentunya hampir semua pelaku usaha berupaya merombak strategi-strategi perusahaan mereka untuk mempertahankan bisnisnya. Sama halnya PT. Pakis Logam Perkasa Indonesia yang berupaya mempertahankan perusahaan dengan mengubah beberapa strategi yaitu strategi produksi, pemasaran dan pengembangan usaha, kendala-kendala selama Covid-19 ini terjadi sedikit demi sedikit mulai teratasi dengan berbagai strategi-strategi baru yang diterapkan dan tentunya itu juga tidak mudah. Dalam keadaan apapun pelaku bisnis harus bisa menerima segala resiko dan hambatan untuk mempertahankan bisnisnya yang telah dibangun. Strategi yang tepat akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

## **BIODATA PENULIS**

Irkha Fitriana.

Lahir di Nganjuk pada 16 September 1999. Pendidikan terakhir yang saya tempuh MAN 3 Tulungagung pada tahun 2018. Saat ini saya sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Tulungagung. Saya memiliki ketertarikan pada bidang seni rupa dua dimensi terutama menggambar dan melukis.



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM SAMUT CATERING DI DESA WONODADI**

Oleh: Intan Nofitasari

### **A. Gambaran Umum UMKM**

Usaha “*Samut Catering*” adalah usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner atau kudapan. Usaha ini berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh Ibu Nisa’ul Khoiriyah bersama suami. Bermula dari dimintai bantuan oleh tetangga untuk membuat nasi kuning untuk acara Mauludhan anak-anak. Dikarenakan tidak menginginkan hal yang biasa maka dari itu dibentuk seperti bento (bekal makanan yang ditata menyerupai sesuatu ala Jepang) karena nampak cantik lalu di foto dan diunggah di media sosial (Facebook). Tanpa diduga banyak orang yang menyukai dan memesan dengan bentuk serupa. Menyadari hal tersebut bisa menjadi peluang usaha beliau memanfaatkannya untuk membuka catering online kecil-kecilan dari rumah dan dikarenakan saat itu belum ramai catering online didaerah tersebut. Menjadikan usaha ini mendapat respon yang bagus dari khalayak ramai sehingga pesanan pun datang silih

berganti. Sejak saat itu jasa catering dengan nama "Samut" ini mulai berkembang. Meskipun saat ini telah banyak usaha serupa didaerahnya, namun Samut Catering masih mampu bersaing dan mengembangkan banyak inovasi produk yang bisa dilayani. Samut Catering menghasilkan beberapa produk:

a. Tumpeng

Tumpeng adalah makanan tradisional yang dikemas dengan bentuk khas yaitu kerucut nasinya, dan lauk yang mengelilinginya. Tumpeng yang di produksi Samut Catering ini ada berbagai bentuk sesuai pesanan konsumen. Lauk yang mendampingi tumpeng tersebut juga sangat bervariasi, mulai dari ayam goreng atau ayam bakar, sambal goreng tempe, mie goreng, urap, telur dadar dan sambal tomat. Tumpeng juga diproduksi dalam ukuran kecil atau mini sesuai dengan pesanan konsumen atau biasa disebut Tumpeng Mini. Finishing tumpeng juga dibuat semenarik mungkin, dihias menggunakan garnish yang terbuat dari cabe merah besar, lobak, wortel, timun, dan tomat. Tumpeng ini biasanya dipesan oleh sekelompok orang atau keluarga yang mengadakan suatu acara. Seperti halnya acara ulang tahun, acara keagamaan, perayaan hari jadi sebuah kota, dan perayaan-perayaan lainnya. Sedangkan tumpeng mini biasanya untuk anak-anak PAUD,TK, hingga SD. Yang membedakan tumpeng ini dengan usaha tumpeng lainnya yaitu selain rasa dan kebersihannya, tumpeng ini tanpa MSG, menarik dan cantik tentunya.

b. Nasi kotak

Nasi kotak yang di produksi dari Usaha Samut Catering ini ada beberapa jenis makanannya. antara lain : nasi kuning, nasi ayam, nasi pecel lele dll. Nasi kotak di Samut Catering juga bisa dibentuk seperti bento atau makanan bekal berupa nasi dan lauk-pauk dalam kemasan praktis yang bisa dibawa-bawa dan dibentuk karakter sesuai pesanan. Nasi kotak ini biasanya di pesan oleh sekelompok orang yang mengadakan suatu acara maupun perkumpulan. Seperti halnya pada acara di karang taruna, acara di balaidesa, acara kumpulan organisasi, dll. Yang membedakan nasi kotak usaha catering ini dengan yang lain yaitu pada rasa, model penyajian, model varian, dan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Struktur Organisasi usaha Samut Caterin. Usaha Samut Catering di didirikan oleh Ibu Nisa'ul Khoiriyah sekitar 5 tahun yang lalu dan hanya dikelolah bersama keluarganya dengan kegiatan utama sebagai berikut :

<b>No.</b>	<b>Kegiatan Utama</b>	<b>Pelaksanaan Tugas</b>
1.	Berbelanja	Perewang
2.	Menyiapkan bahan dan packaging	Perewang
3.	Mengolah/Memasak	Koki
4.	Quality Control (test rasa dan keamanan pangan)	Koki
5.	Packing	Perewang
6.	Merias/Garnishing	Koki/Ahli garnish

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM Samut Catering di Desa Wonodadi*

7	Dokumentasi	Dokumentaris
8	Delivery	Kurir

Sumber: Data Samut Catering

## **B. Perkembangan Usaha**

Pengembangan usaha yang dilakukan Samut Catering ini yaitu pertama menambah dan melengkapi peralatan dan dekorasi, agar pelanggan bisa memesan sesuai keinginan bukan hanya dari keberagaman menu tetapi juga keindahan dekorasinya. Kedua memperluas dan memperbesar dapur, karena saat ini dapur hanya seperti dapur rumah pada umumnya yang sempit dan terbatas. Ketiga memaksimalkan dan memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan usahanya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Tidak lupa untuk terus mempertahankan hubungan baik dengan para pelanggan dan pemasok bahan baku.

## **C. Permasaran**

Strategi promosi yang dilakukan Samut Catering yaitu dari mulut ke mulut dan menggunakan media sosial. Media sosial saat ini sudah menjadi alat yang sangat mempermudah untuk melakukan transaksi, untuk itu Samut Catering menggunakannya sebagai sarana promosi produknya. Selain itu, keunikan dan kualitas yang baik juga dapat menarik minat pelanggan. Samut Catering sangat mempertahankan kualitas yang baik mulai dari bahan yang digunakan, proses memasak hingga penataan.

#### **D. Permasalahan yang dihadapi Pada Masa Pandemi**

Kendala atau masalah yang dihadapi usaha Samut Catering yaitu Pelayanan dan tempat produksi, keterbatasan tenaga kerja serta tempat atau dapur produksi yang kurang luas mengakibatkan pelayanan kurang efisien. Banyak sekali pengusaha yang dapat membuka usaha namun tidak dapat mempertahankan usahanya karena kurangnya inovasi dari produk dan pelayanan. Selain itu armada pengiriman yang dimiliki usaha ini hanya menggunakan motor sehingga jangkauan hanya beberapa kecamatan di Blitar Barat, Tulungagung dan Kediri Selatan. Produk yang bisa diantar juga dalam skala kecil. Selanjutnya Banyaknya pesaing usaha catering di desa tersebut menjadikan salah satu permasalahan ditemukan. Banyak pesaing yang sudah lebih dikenal oleh masyarakat karena sudah berdiri lebih dahulu dan mempunyai warung atau rumah makannya sendiri.

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan**

Permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha pada usaha Samut Catering dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu meliputi keterbatasan tenaga kerja, manajemen yang masih sangat sederhana dan belum efektif sehingga kurang efisien, dan kurangnya sarana dan prasarana (tempat dan armada). Permasalahan utama penyebab lemahnya pertumbuhan usaha ini yaitu dari keterbatasan tenaga kerja serta kurangnya sarana dan prasarana sehingga pelayanan kurang efisien.

Pengembangan usaha dengan Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil

identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman.

1. Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/sumberdaya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani dan ancaman. Samut Catering mempunyai kekuatan yang sudah teridentifikasi, yaitu:
  - a. Selalu mengutamakan kebersihan dan kerapian
  - b. Mutu produk yang bercita rasa dan bergizi
  - c. Ketersediaan bahan baku yang melimpah dan mudah didapat
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi di mana kompetensi/kapabilitas/sumberdaya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman. Berikut identifikasi kelemahan yang ada:
  - a. Dapur produksi (bangunan).
  - b. Kualitas sumberdaya manusia kurang.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Identifikasi terhadap peluang yang dimiliki Samut Catering adalah:
  - a. Tingginya permintaan usaha katering
  - b. Luasnya cakupan pemasaran

- c. Peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat pada usaha catering
  - d. Perkembangan kemajuan teknologi
4. Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan/dipersulit/terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Identifikasi terhadap ancaman yang ada di Samut Catering:
- a. Munculnya pesaing yang berlokasi dekat dengan area pelanggan.
  - b. Pesanan yang melebihi kemampuan
  - c. Kenaikan bahan baku

## F. Penutup

Banyak usaha yang harus gulung tikar saat pandemi Corona. Namun jika kreatif, ada usaha yang bisa bertahan dan bahkan mendapat untung. Mengingat berbagai kondisi baru yang terjadi, mulai dari kebijakan *dirumahaja* yang membuat semua orang tidak keluar rumah, kebijakan *work from home* yang diterapkan oleh beberapa perusahaan, membuat berbagai kegiatan luar rumah tidak bisa dilakukan. Bisnis Catering merupakan bisnis yang sangat menjanjikan lauk pauk yang menjadi produk utama, cara promosi menjadikan bisnis catering lancar yaitu penjualan dari mulut ke mulut yang biasanya dilakukan menjaring konsumen terlalu luas karena masih dalam lingkup lokal dan kerabat saja. Namun dengan adanya inovasi usaha catering maka jenis catering juga semakin meningkat

diantaranya adalah makanan kotak yang biasanya dikirim ke rumah atau kantor, serta ada yang khusus layanan makanan diet biasanya menargetkan model dan selebriti.

Dalam Usaha Samut Catering ini memerlukan inovasi guna mengembangkan usahanya dalam bidang pelayanan dan tempat usaha. Usaha ini juga dapat menjalin hubungan dengan partner dan usaha gabungan sehingga dapat memberikan peluang lebih dalam memperkaya modal dan meningkatkan usaha. Secara umum, inovasi dalam suatu kelompok antar usaha dapat mendukung usaha yang sudah ada atau bahkan memberikan kesempatan dalam bisnis baru untuk memenuhi kebutuhan pasar. Jaringan yang terbentuk dari gabungan usaha kecil dapat tumbuh menjadi jaringan usaha yang besar dan secara penuh dapat berdampak pada globalisasi kegiatan ekonomi.

## **BIODATA PENULIS**

Intan Nofitasari

Lahir di Blitar pada 20 November 2000. Pendidikan terakhir yang saya tempuh di MAN 3 Blitar pada tahun 2018. Saat ini saya sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Tulungagung. Penulis memiliki ketertarikan pada bidang seni fotografi, menunjungi wisata Alam, wisata Edukasi, dan wisata bersejarah guna mengambil beberapa gambar.



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM KELOMPOK TERNAK SAPI PERAH KABUT MAKMUR DI DESA PURU**

Oleh: Riszal Nahrul Alamin

### **A. Gambaran Umum UMKM Kelompok Ternak Sapi Perah Kabut Makmur**

Pengembangan usaha ternak sapi perah tentunya tidak terlepas dari peranan kelompok peternak dalam mengupayakan usaha ternaknya agar mendapat nilai tambah serta efisien dalam pengelolaannya. Upaya yang perlu dikembangkan dalam membina dan memantapkan kelompok peternak adalah memperkuat kelembagaan ekonomi petani peternak di pedesaan.

Melalui kelompok sapi diharapkan para peternak dapat saling berinteraksi, sehingga mempunyai dampak saling membutuhkan, saling memperkuat, sehingga akan memperkuat pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola system usaha peternakan sapi perah.

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
Kelompok Ternak Sapi Perah Kabut Makmur di Desa Puru*

UMKM Kelompok ternak sapi perah kabut makmur UMKM tersebut berada di Ds. Puru Kec. Sruh Kab. Trenggalek kelompok Tersebut berdiri pada tahun 2015 sekitar 6 Tahun yang lalu dengan ketua Purwadi dan wakil nya Mulyani, yang berangkat dari Kelompok tani Kembang cengkeh dan mengajukan proposal kepada pemerintah untuk membuat kelompok sapi perah meningat wilayah tersebut sangat strategis untuk di jadikan tempat berternak sapi perah selain untuk pakan alami seperti rumput-rumputan mudah di dapat, air yang melimpah dan juga semangat dari para pengelolanya tentunya yang sanat antusias dalam penngelolaan, akhirnya proposal tersebut di tanggapi oleh Dinas dan akhirnya di beri bantuan berupa Sapi perah yang di kelola bersama kelompok, akan tetapi usaha yang semakin lama semakin berkembang, kalau hewan ternak nya di jadikan satu tempat kandang utama tidak mencukupi, yang pada akhirnya solusi terbaik yang sudah di musyawarahkan oleh pengurus anggota dan juga dihadiri oleh pemerintah desa adalah di bagi dan di tempatkan di lahan para anggotanya yang sebenarnya dalam pengelolaan tetap dengan kelompok.

Untuk meningkatkn efisiensi dari kinerja dan juga menambah perkebangan usaha kelopok sering sekali memberangkatkan perwakilan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh dinas terkait dari tingkat daerah sampai tingkat profinsi, adapun pelatihan yang di selenggarakan oleh perusahaan yang mengolah susus sapi seperti perusahaan Nestle yang mengisi dalam pelatihan tersebut adalah mereka para tenaga ahli dalam bidang tersebut, dengan tujuan untuk

menjaga kualitas susu agar tetap baik dan sesuai dengan ketentuan standart perusahaan .

Dengan upaya-upaya tersebut di harapkan kelompok ternak ini semakin maju dan berkembangdan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga menambah perekonomian anggota kelompok maupun desa, mengingat susu juga merupakan kebutuhan protein hewani yang bisa diolah dengan beberapa varian olahan dimana bisa memiliki nilai ekonomi/dapat di perjual belikan, dengan mengonsumsi susu membuat masyarakat semakin sehat apalai untuk Saat ini kita masih di masa pandemi Covid -19.

## **B. Perkembangan Usaha**

Perkembangan usaha dari UMKM pada awal berdirinya kelompok yang pada awalnya bermodal bantuan dari pemerintah berupa sapi perah dan juga pakan berupa poor dan campurannya sesuai dengan ketentuan kebutuhan nutrisi sapi tersebut, untuk kandangnya pada awalnya hanya ada satu tempat yang di bangun dengan menggunakan biaya suwadaya dari anggota kelompok .

Pengelolaan yang bagus dan juga kekompakan anggota kelompok sehingga mempercepat kemajuannya, jumlah sapi semakin banyak karena di kawinkan dengan sistem kawin suntik, apabila hasil dari anakan nya betina maka akan dirawat dan dibesarkan di peternakan karena nantinya bisa menghasilkan susu jika jantan akan langsung di jual hasil penjualannya di alokasikan kedalam kas kelompok karena sapi yang semakin banyak

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
Kelompok Ternak Sapi Perah Kabut Makmur di Desa Puru*

kandang yang dibangun diawal sampai tidak muat untuk menampung sapi–sapi tersebut, sehingga muncul kebijakan hasil dari musyawarah antar pengurus, anggota dan pemerintahan desa untuk beberapa sapi di tempatkan di lokasi yang di miliki anggota kelompok dan tetap dikelola bersama. Meski demikian anggota yang membuat kandang sendiri tanpa didanai oleh kelompok para anggota tidak merasa keberatan demi kemajuan kelompok.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal juga harus dengan menerapkan perawatan yang baik, seperti memperhatikan kebersihan kandang , kesehatan binatang ternak dan juga kebutuhan pakan yang cukup, untuk pembersihan kandang di lakukan setiap pagi dan sore demikian juga dalam pemberian pakan pakan yang di gunakan adalah pakan yang mempunyai nilai gizi tinggi, berupa konsentrat/”poor” dan campuran–campuran lainnya dan tetap memberikan rerumputan yang kaya akan serat, rumput sebelum di berikan dicacah terlebih dahulu penyacahannya pun tidak secara manual aka tetapi menggunakan mesin pencacah rumput untuk mempercepat pekerjaan.

Karena sering berkumpul guna untuk musyawarah setiap bulannya dan juga rajin mengikuti pelatihan pada akhirnya banyak ide –ide kreatif dari para anggota, yang di terapkan misal nya karena melihat uang Kas yan lumayan banyak muncul ide untuk di pergunakan sebagai simpan pinjam (koperasi), mengolah limbah kotoran sapi menjadi biogas dan sebagainya, itu semua sangat menunjang perkembangan dan kemajuan kelompok.

Pengambilan susu dilakukan setiap pagi dan sore sebelum susu di ambil dilakukan terlebih dahulu sterilisasi pada bagian kandang sapi yang akan diperah dan juga wadah yang digunakan untuk menampung karena itu semua dilakukan guna menjaga ke higienisan dan kualitasnya agar tetap terjaga nama baiknya dipasaran.

### **C. Pemasaran**

Untuk pemasaran ada beberapa upaya yang dilakukan, yang pertama dan merupakan pemasaran utama adalah disetorkan di koling (tempat penampungan sementara), sebelum diambil olehperusaha'an bisanya diambil dari perusahaan Nestle yang terletak di Malang.

Kedua dengan membuat produksi makanan produksi rumahan yang berbahan baku susu seperti yoghurt dan lain sebagainya.

Cara pemasarannya dengan menjajakannya melalui media sosial seperti, Facebbok , whatsapp, instagram selain itu juga terkadang dititipkan di toko-toko terdekat yang merupakan perwujudan dari promosi offline,

Selanjutnya juga bisa melakukan penjualan dalam bentuk susu murni tanpa campuran apapun, yang bisanya digunakan untuk tambahan nutrisi untuk anak binatang ternak seperti kambing selain susu dari si induk, juga bisa di konsumsi oleh manusia di buat STMJ misalnya, karena di masa pandemi ini susu diyakini bisa menambah imun sehingga kita bisa terhindar dari virus Covid-19.

#### **D. Permasalahan yang di hadapi pada masa pandemi**

Dimasa pandemi ini hampir semua aspek usaha mengalam kendala, apalagi dengan berbagai macam upaya yang di lakukan oleh pemerintah pada awal nya di terapkan PSBB, yang berdampak pada telat nya pengambilan susu di Koling atau penampungan sementara sehingga membuat over kapasitas yan pada akhirnya barang menumpuk.

Adalagi permasalahan yang dialami naik nya harga pakan berupa konsentrat dan beberapa campurannya, yang terkadang juga telat karena adanya penyekatan karena untuk mendapatkan barangnya harus mengambil di luar kota .

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Melihat dari beberapa permasalahan di atas, ada beberapa solusi yang mungkin bisa di terapkan.

1. Apadila terjadi lagi over kapsitas yang membuat penampungan sementara tidak cukup alangkah lebih baik jika di kurangi dengan membuat olahan sendiri dari susu yang sekiranya mempunyai nilai ekonomi dan bisa bertahan agak lama /tidak mudah basi .
2. Apabila ada kendala keterlambatan masalah pakan bisa menggunakan pakan semi fermented, dengan tanaman-tanaman atau limbah dapur yang ada di sekitar, diuji dulu kandungannya apakah hampir sesuai dengan konsentrat dan beberapa campuran nya,cara ini di lakukan sementara sebelum pakan yang aslinya datang.

## **F. Penutup**

Dampak pandemi Covid-19 ini sangat berpengaruh terhadap sektor usaha, tentunya perlu strategi baru dan kreatifitas dalam menjalankan usaha di masa pandemi ini, seperti halnya UMKM Peternak sapi perah yang memiliki beberapa kendala akan tetapi tetap berusaha untuk bertahan dan berusaha agar semakin bertumbuh dengan menerapkan berbagai macam cara Dimasa pandemi ini selama 2 tahun terakhir ini merupakan perjuangan terberat yang dialami oleh kelompok tersebut.

Karena mengingat tujuan nya adalah mengembangkannya perekonomian di Desa, sebarangpun tingkat kesulitannya tetap di upayakan sampai terselesaikan, sehingga tetap bisa berjalan.

## **BIODATA PENULIS**

Riszal Nahrul Alamin

Lahir Trenggalek 15 Januari 2000. Pendidikan terakhir yang saya tempuh MAN 1 Trenggalek pada tahun 2018. Saat ini saya sedang menempuh pendidikan sarjana pada program studi Hukum Ekonomi Syariah di IAIN Tulungagung. Ketertarikan pada bidang seni kebudayaan tradisional Jawa mengantarkan penulis untuk menimba ilmu suatu sanggar seni.

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM  
Kelompok Ternak Sapi Perah Kabut Makmur di Desa Puru*



## **DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN BUMDES CAKRA USAHA DI DESA TAPAN**

Oleh: Chavid Ichsan Rahmadi

### **A. Gambaran Umum BUMDes Cakra Usaha Desa Tapan**

Badan Usaha Milik Desa Cakra Usaha yang bertempat di Desa Tapan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. BUMDesa Cakra Usaha sendiri beridiri sejak 2016. Berdirinya BUMDes disebabkan bertemunya tokoh-tokoh masyarakat desa dalam acara Musyawarah Desa (Musdes) Desa Tapan, dengan melihat kondisi keuangan desa yang bersumber dari Pendapatan Asli Desa (PAD) sangat minim, dan melihat potensi desa yang sangat bagus, maka terjadi kesepakatan untuk memberikan wadah yang mampu untuk mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya dengan nama BUMDesa CAKRA USAHA. BUMDesa CAKRA USAHA diresmikan oleh Bapak Mugiyono selaku Kepala Desa Tapan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

Mengenai syarat-syarat penyewaan sewa tempat usaha, disini tidak ada syarat khusus hanya menyertorkan fotokopi ktp dan kartu keluarga.

Kemudian pembayaran sewa pihak penyewa akan membayar di awal untuk UMKM, dan penyewaan di sini dapat dilakukan perbulan ataupun pertahun. Untuk ketentuan-ketentuan yang menentukan pihak bumdes penyewa harus mengikuti peraturan dari pihak bumdes. Hasil dari penyewaan sewa tempat usaha ini hanya fokus untuk pengembangan unit sewa tempat usaha saja seperti pembangunan, perawatan gedung, dll.

## **B. Perkembangan Usaha**

Strategi pengembangan sewa tempat usaha pada Badan Usaha Milik Desa Cakra Usaha. Sewa tempat usaha adalah salah satu unit usaha yang terdapat pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Cakra Usaha di Desa Tapan. Latar belakang Badan Usaha Milik Desa Cakra Usaha mendirikan unit usaha ini adalah karena BUMDesa memiliki lokasi yang dapat dibidang strategis sehingga dapat dimanfaatkan menjadi lahan yang produktif dengan cara menyediakan sewa tempat usaha bagi masyarakat. Lokasi BUMDesa sendiri mempunyai luas lahan 14 meter x 8 meter. Untuk saat ini usaha yang sudah menyewa/menempati tempat di BUMDesa ada tiga yaitu satu pedagang minuman, satu pedagang makanan ringan, dan satu pedagang ikan. Sistem sewa tempat disini hanya membutuhkan berkas kartu tanda penduduk saja sebagai syarat penyewaannya. Untuk sistem sewanya sendiri menggunakan jangka waktu 1 bulan dengan biaya sewa sebesar Rp. 200.000,-/bulan.

Selain itu dalam strategi pengembangannya Badan Usaha Milik Desa meningkatkan pembangunan

infrastruktur dan membangun beberapa tempat usaha pada tempat wisata sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan juga untuk lebih mengedepankan produk-produk desa dengan membangun tempat usaha yang disewakan kepada masyarakat. Pembangunan infrastruktur pada area wisata disini diharapkan mempermudah akses wisatawan ketika berkunjung di tempat tersebut karena, semakin banyak jumlah wisatawan yang berkunjung hal ini tentunya berpeluang untuk meningkatkan perekonomian desa dan memajukan perkembangan Badan Usaha Milik Desa dengan cara menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat melalui sewa tempat usaha dan menampilkan produk unggulan khas Desa Tapan. Hal ini dikatakan oleh Bapak Moh. Khoirul Huda selaku pimpinan BUMDesa pada wawancara yang dilakukan oleh penulis, “untuk rencana kedepannya BUMDesa juga akan ikut serta dalam pembangunan wisata lokal yang diberi nama Cemoro Barong.

Selanjutnya peluang yang dimiliki Badan Usaha Milik Desa Cakra Usaha dalam strategi pengembangan unit sewa tempat usaha yaitu dalam peningkatan pengembangannya melalui pembangunan infrastruktur yang mencakup unit-unit tempat sewa usaha baru pada tempat wisata lokal seperti Cemoro Barong.

### **C. Pemasaran**

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang dimiliki suatu perusahaan.

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan BUMDes  
Cakra Usaha di Desa Tapan*

Dalam pemasaran sewa tempat usaha milik Badan Usaha Milik Desa Cakra Usaha memiliki kelebihan yang pertama mempunyai lokasi yang strategis sehingga bisa menyediakan tempat sewa usaha bagi masyarakat. Yang kedua dengan pembangunan sector wisata, secara tidak langsung juga berdampak positif bagi BUMDesa, karena dengan hal ini BUMDesa dapat menyewakan tempat-tempat usaha yang diharapkan berguna untuk perkembangan BUMDesa.

Untuk pemasaran sewa tempat usaha BUMDes Cakra Usaha cukup disayangkan, karena belum adanya staff khusus yang menangani pemasaran dari sewa tempat usaha ini. Pada era modern seperti ini, masyarakat sudah mulai terbiasa dengan penggunaan media sosial sehingga pemasaran bisa lebih mudah dan lebih luas, akan tetapi pada Lembaga ini strategi pemasarannya hanya dilakukan dari mulut ke mulut.

**D. Permasalahan yang Dihadapi pada Masa Pandemi**

Masa pandemi Covid-19 saat ini menyebabkan berbagai permasalahan dalam dunia usaha, sama halnya dengan BUMDes Cakra Usaha desa Tapan yang memiliki usaha sewa tempat. Infrastruktur dan tempat wisata yang dinaungi BUMDes Cakra usaha (Cemoro Barong) saat ini belum dapat beroperasi secara maksimal. Dikarenakan pemerintah melarang untuk berkerumun serta penerapan jam malam sehingga pengunjung menjadi sepi.

Kemudian mengenai tantangan yang harus dihadapi oleh pihak BUMDesa yaitu pada pembagian tempat sewa. Badan Usaha Milik Desa Cakra Usaha mempunyai luas lahan yang tidak terlalu besar yaitu 14

meter x 8 meter. Dengan jumlah unit tempat usaha yang akan dibangun tidak banyak, sehingga hal ini membatasi masyarakat untuk melakukan penyewaan tempat usaha. Ada beberapa masukan atau komplain dari pihak penyewa untuk sementara masih seputar dari pihak penyewa gor, terkadang komplain lampunya mati, serta net rusak belum diganti. Kemudian dalam hal pemasaran, BUMDesa sendiri belum memiliki staff khusus untuk mempromosikan sewa tempat usaha yang dimiliki BUMDes Cakra Usaha.

#### **E. Cara Mengatasi Permasalahan/Solusi**

Dari permasalahan-permasalahan yang ada diatas BUMDes Cakra Usaha menerapkan beberapa strategi sebagai berikut:

1. Mencari bebepa staff khusus untuk menangani sewa tempat usaha, sehingga usaha milik BUMDes ini dapat berjalan dengan maksimal.
2. Melakukan kegiatan promosi melalui media online maupun offline. Promosi melalui media sosial BUMDes dapat menjalin interaksi secara luas dengan beragam audiens.
3. Memperbaiki infratraktur serta menambah beberapa bangunan lagi untuk disewakan kepada masyarakat umum.

#### **F. Penutup**

BUMDes Cakra Usaha terus mengembangkan dan mempertahankan usaha dengan menerapkan berbagai strategi. Strategi pengembangannya, meningkatkan pembangunan infrastruktur dan membangun beberapa tempat usaha pada tempat

*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan BUMDes  
Cakra Usaha di Desa Tapan*

wisata sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan juga untuk mengedepankan produk-produk dalam desa. Pembangunan infrastruktur pada area wisata disini diharapkan mempermudah akses wisatawan ketika berkunjung di tempat tersebut karena, semakin banyak jumlah wisatawan yang berkunjung hal ini tentunya berpeluang untuk meningkatkan perekonomian desa. Permasalahan yang dihadapi BUMDes Cakra Usaha sedikit demi sedikit mulai teratasi dan diharapkan semakin berkembang dan maju.

**BIODATA PENULIS**

Chavid Ichsan Rahmadi

Lahir di Tulungagung pada 28 Mei 1999. Pendidikan terakhir yang saya tempuh MAN 2 Tulungagung pada tahun 2018. Saat ini saya sedang menempuh pendidikan Sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Tulungagung. Penulis memiliki ketertarikan pada bidang kuliner terutama memasak dan ingin terus berkembang.



## DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN UMKM

UMKM memberikan peranan yang luar biasa bagi perekonomian. UMKM mampu menciptakan kesempatan kerja yang luas dan memiliki daya entrepreneur yang luar biasa di masyarakat. Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi atau peranan yang cukup besar, salah satunya yaitu perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja.

Kondisi UMKM selama masa pandemi Covid-19 mengalami kenaikan dan penurunan omset yang sangat dramatis dan sebagian pelaku usaha telah mengupayakan berbagai cara untuk mempertahankan usahanya.

Buku ini merupakan antologi essay yang ditulis oleh mahasiswa KKN VDR 057 IAIN Tulungagung tahun 2021. Di dalam buku ini, mahasiswa memaparkan bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM di desa sekitar, terutama bagaimana perjuangan para pelaku usaha dalam mempertahankan bisnisnya dan mengamankan modal atau asetnya serta bagaimana pelaku usaha mampu bertahan pada masa pandemi Covid-19. Pembaca diharapkan mampu memperoleh wawasan, informasi dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dari buku antologi essay ini.



PENERBIT BIRU ATMA JAYA  
Jalan Mayor Sujadi No.7 Plosokandang  
Kedungwaru Tulungagung  
penerbitbiruatmajaya@gmail.com

ISBN 978-623-6172-87-2

