



Dampak Covid-19 pada sektor perdagangan usaha kecil dan menengah

Hendri Andi Mesta^{1*}, Yesa Syafriyanti¹

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak Covid-19 pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok serta strategi yang digunakan UKM untuk mempertahankan usaha karena pandemi covid-19. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan formula slovin yaitu para UKM sektor perdagangan di Kota Solok sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kelapangan (kuesioner dan wawancara). Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh mengenai dampak covid-19 pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok memiliki empat item indikator yaitu, non-keuangan, keuangan, pendapatan usaha dan psikologis. Penulis dapat menyimpulkan bahwa skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,16 dengan tingkat capaian responden (TCR) 83% yang berarti bahwa dampak covid-19 pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok dikategorikan sangat tinggi.

Keywords: Trade, small-medium enterprises, Covid-19.

How to cite: Mesta, H. A., & Syafriyanti, Y. (2022). Dampak Covid-19 pada sektor perdagangan usaha kecil dan menengah. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 4 (1), 24-31. DOI: <https://doi.org/10.24036/jkmw02124170>



This is an open-access article distributed under a Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 International License, which allows others to remix, tweak, and build upon the work non-commercially as long as the original work is properly cited. © 2022 by the author.

* Corresponding author: hamsta.mesta@fe.unp.ac.id

PENDAHULUAN

Transmisi dampak covid-19 terhadap perekonomian, telah memberikan dampak baik dari sisi produksi maupun sisi konsumsi (Ikhsanti, 2020). Virus ini menjadi permasalahan pada berbagai sektor perekonomian, hal tersebut disebabkan karena pembatasan aktivitas masyarakat untuk mencegah penyebarannya. Sejumlah perusahaan besar hingga Usaha Kecil dan Menengah (UKM) membatasi aktivitasnya bahkan berhenti berproduksi. Konsumsi dan daya beli masyarakat akan terus menurun jika tidak diantisipasi dengan segera oleh pemerintah secara baik.

Harsono (2014) dalam Febrina (2020) menyebutkan, bahwa sejak tahun 1997 UKM telah terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi, di mana banyak dari perusahaan-perusahaan besar berguguran, sebaliknya UKM dapat bertahan dengan kondisi krisis tersebut. Selain itu, sektor UKM ini mampu meningkatkan pendapatan perkapita atau Produk Domestik Bruto (PDB) masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia tahun 2020 menjelaskan UKM selama ini menjadi salah satu penopang ekonomi nasional terdapat lebih dari 64 juta unit, jumlah tersebut telah mencapai 99,9 % dari total unit usaha di Indonesia. Ini menunjukkan perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM) yang ada di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2018 UKM berkontribusi sebesar Rp. 8.400 triliun atau setara dengan 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp. 14.000 triliun. UKM begitu penting dalam perekonomian Indonesia, karena selain memiliki peranan strategis, UKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif.

Atas pandemi covid-19 yang terjadi, UKM merupakan sektor usaha yang paling terpuruk di Indonesia, sebagaimana menurut Febrantara (2020) dan OECD (2020) yang dikutip dalam Suryani (2021). Di sisi penawaran, terjadinya pengurangan pasokan bahan baku oleh perusahaan, yang disebabkan oleh penurunan permintaan, dan berkurangnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk yang bisa saja produk tersebut terdampak covid-19. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu Thaha (2020) menyatakan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) terdampak pandemic covid-19 (Aisyah, 2020).

UKM di Kota Solok telah turut memberikan peran penting dalam pengembangan ekonomi, dan pemkot Solok mendukung penuh pengembangan UKM Kota Solok yang kreatif dan inovatif. Berdasarkan

data, UKM di kota Solok tahun 2017-2020 menunjukkan perkembangan jumlah pelaku usaha tetapi mengalami penurunan total pendapatan, yaitu UKM sebanyak 3.727 dengan total pendapatan Rp. 721.203.145.000 menjadi UKM sebanyak 4043 dengan total pendapatan Rp. 5.273.086.000. Menurunnya jumlah perkembangan pendapatan UKM tidak lepas dari mewabahnya covid-19. Pemberlakuan pembatasan aktivitas masyarakat dalam rangka menekan penyebaran covid-19, menyebabkan banyak aktifitas UKM yang terhambat, dan bahkan terhenti selama kurang lebih tiga bulan. Hal ini menuntut UKM di Kota Solok untuk lebih dapat menerapkan strategi yang tepat dalam mempertahankan usaha mereka. Pemilihan strategi yang tidak tepat akan menimbulkan kerugian yang akan semakin sulit untuk di atasi bahkan bisa menimbulkan kebangkrutan.

METODE

Penelitian yang dilakukan berbentuk penelitian deskriptif, pada dua kecamatan, yaitu kecamatan Lubuk Sikarah dan Kecamatan Tanjung Harapan. Waktu penelitian pada bulan April-Mei 2021. Peneliti melakukan pengumpulan data melalui pengisian kuisioner oleh responden usaha mikro, kecil sektor perdagangan mengenai dampak covid-19 pada usaha UKM sektor perdagangan di Kota Solok. Sedangkan yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah responden usaha mikro, kecil sektor perdagangan yang berada di dua kecamatan tersebut.

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah “wilayah generalisasi yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang terdiri atas subyek/obyek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan guna menjawab permasalahan yang dikaji dalam penelitian, maka dibutuhkan suatu populasi sebagai acuan dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah usaha mikro dan kecil sektor perdagangan di Kota Solok yang terdiri dari dua kecamatan yaitu kecamatan Lubuk Sikarah dan Tanjung Harapan dengan total pedagang UKM tahun 2020 berjumlah 4.043 unit.

Melihat luasnya jumlah populasi tersebut, maka penulis membatasi untuk pengambilan sampel. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus formula slovin (Husein, 2011). Adapun penelitian ini menggunakan rumus slovin, karena dalam penarikan sampel jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat di generalisasikan. Dengan batas toleransi error sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Dimana sebanyak 97 responden merupakan kategori usaha mikro dan 3 responden yang sudah tergolong usaha kecil di Kota Solok.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer (data yang diperoleh langsung). Proses perolehan data primer, dilakukan dengan cara pemberian kuesioner atau angket kepada responden usaha mikro, kecil sektor perdagangan. Teknik Pengumpulan Data melalui Kuesioner dilakukan dengan cara membuat suatu daftar pertanyaan secara sistematis untuk mendapatkan data yang diinginkan yang akan diberikan kepada responden yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan dampak covid-19 pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok. Dalam penelitian ini, juga dilakukan wawancara secara tidak terstruktur untuk memperoleh informasi yang lebih menguatkan.

Instrumen penelitian berguna untuk pengumpulan data. Dalam penelitian ini instrumen penelitian menggunakan daftar pertanyaan yang sebagian kuesioner penelitian ini diadopsi dari penelitian yang telah dilakukan oleh (BAPPENAS UKM, 2020) tentang kajian kebijakan penanggulangan dampak covid-19 terhadap UKM di Indonesia dan telah disesuaikan dengan indikator yaitu menggunakan skala Likert. Ada pun secara struktur, kuesioner terdiri dari kelompok pertanyaan non-keuangan (sebanyak 3 item), keuangan (5 item), pendapatan usaha (1 item), dan psikologis (2 item).

Instrumen yang digunakan telah melalui uji validitas dan reliabilitas, dalam rangka memenuhi persyaratan instrument penelitian. Pelaksanaan uji coba terhadap instrument penelitian (11 item pertanyaan) menghasilkan r hitung lebih besar dari 0,404 (r table), maka instrument ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Sedangkan hasil uji coba reliabilitas dilakukan dengan melihat cronbach's alpha yang menghasilkan $0,759 > 0,404$. Sehingga item pertanyaan juga dikatakan reliable.

Setelah data dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data. Teknis analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik deskriptif dengan langkah-langkah sebagai berikut; (1) Verifikasi data, (2) Menghitung nilai jawaban – melalui (a) Menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden, (b) Menghitung nilai rata-rata jawaban responden, (c) Menghitung nilai Total Capaian Responden (TCR), dan (d) menentukan skor dengan menggunakan kriteria interpretasi skor

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan didapatkan data-data mengenai dampak *covid-19* pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok, maka secara umum untuk 4 klasifikasi pertanyaan yang ada, maka secara total adalah sebagaimana disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi sebagai berikut :

Tabel 1. Data rata-rata indikator dampak Covid-19 pada UKM

No.	Indikator	Skor Total	Mean	TCR	Ket
1	Non-Keuangan	418	4,18	84%	Sangat Tinggi
2	Keuangan	381	3,81	76%	Tinggi
3	Pendapatan Usaha	472	4,72	94%	Sangat Tinggi
4	Psikologis	396	3,96	79%	Tinggi
Rata-Rata Indikator		417	4,16	83%	Sangat Tinggi

Sumber : Data primer tahun 2021 (diolah)

Tabel 2. Data indikator non-keuangan

No.	Indikator	Skor Total	Mean	TCR	Ket
1	Pandemi covid-19 menyebabkan harga barang/produk yang di jual mengalami peningkatan	396	3,96	79%	Tinggi
2	Pandemi covid-19 menyebabkan kesulitan dalam memasok barang/produk yang dijual	398	3,98	80%	Tinggi
3	Pandemi covid-19 menyebabkan berkurangnya jumlah konsumen atau daya beli konsumen menurun	459	4,59	92%	Sangat Tinggi
Rata-Rata Indikator		418	4,18	84%	Sangat Tinggi

Sumber : Data primer tahun 2021 (diolah)

Tingkat tertinggi terdapat pada pernyataan ketiga pandemi *covid-19* menyebabkan berkurangnya jumlah konsumen atau daya beli konsumen menurun dengan skor rata-rata 4,59 dengan tingkat capaian responden 92% yang dapat digolongkan dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan tingkat terendah terdapat pada pernyataan pertama pandemi *covid-19* menyebabkan harga barang atau produk yang dijual mengalami peningkatan dengan skor rata-rata 3,96 dengan tingkat capaian responden 79% yang dapat digolongkan dalam kategori tinggi. Artinya pandemi *covid-19* di Kota Solok berdampak sangat tinggi pada non-keuangan yaitu terjadinya peningkatan harga barang atau produk yang dijual, sulitnya dalam memasok barang atau produk yang dijual serta menurunnya jumlah konsumen/daya beli konsumen, ini disebabkan karena adanya pembatasan aktivitas masyarakat dalam menekan penyebaran *covid-19*.

Jika dikaitkan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Bappenas (2020) maka dampak *covid-19* pada non-keuangan mayoritas disebabkan oleh berkurangnya pesanan, peningkatan harga bahan baku, sulitnya distribusi, dan sulitnya memperoleh bahan baku. Menurut Susanto (2010) dalam (Hasanah, n.d.) prakti-praktik kinerja non keuangan secara langsung akan berdampak pada kinerja keuangan UKM, tanpa adanya tindakan-tindakan yang bersifat non-keuangan maka aktivitas-aktivitas lainnya hanya akan terkonsentrasi pada pencarian keuntungan jangka pendek, karena praktik kinerja non-keuangan bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif jangka panjang. Faktor non- keuangan yang baik pada UKM juga akan memudahkan UKM dalam menjalankan usahanya dan mengukur usaha yang dijalankannya.

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada indikator keuangan memiliki lima item pernyataan, pernyataan pertama pandemi *covid-19* menyebabkan kesulitan dalam pembayaran gaji karyawan yang harus dibayar dengan tingkat capaian responden sebesar 70% dalam kategori tinggi. Pernyataan kedua dampak pandemi *covid-19* mengakibatkan kesulitan dalam membayar iuran Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) yang harus dibayar dengan tingkat capaian responden sebesar 72% dalam kategori tinggi.

Aspek keuangan

Pernyataan ketiga tentang aspek keuangan pada Tabel 3 adalah pandemi *Covid-19* menyebabkan kesulitan dalam memenuhi pengeluaran-pengeluaran tetap seperti listrik, air, pembayaran tagihan kontrak/sewa dengan tingkat capaian responden 84% dalam kategori sangat tinggi. Pernyataan keempat pandemi *covid-19* menyebabkan terkendalanya pembayaran tagihan di Bank ataupun pinjaman lainnya dengan tingkat capaian responden 79% dalam kategori tinggi. Pernyataan kelima pandemi *covid-19* menyebabkan sulitnya

mendapatkan modal usaha dengan tingkat capaian responden 77% dalam kategori tinggi.

Tabel 3. Data indikator keuangan

No.	Indikator	Skor Total	Mean	TCR	Ket
1	Pandemi covid-19 menyebabkan kesulitan dalam pembayaran gaji karyawan yang harus dibayar	349	3,49	70%	Tinggi
2	Pandemi covid-19 mengakibatkan kesulitan dalam membayar iuran BPJS yang harus dibayar	358	3,58	72%	Tinggi
3	Pandemi covid-19 menyebabkan kesulitan dalam memenuhi pengeluaran-pengeluaran tetap seperti listrik, air, pembayaran tagihan kontrak/sewa	418	4,18	84%	Sangat Tinggi
4	Pandemi covid-19 menyebabkan terkendalanya pembayaran tagihan di Bank ataupun pinjaman lainnya	394	3,94	79%	Tinggi
5	Pandemi covid-19 menyebabkan sulitnya mendapatkan modal usaha	384	3,84	77%	Tinggi
Rata-Rata Indikator		381	3,81	76%	Tinggi

Tingkat tertinggi terdapat pada pernyataan keenam pandemi covid-19 berdampak pada sulitnya dalam memenuhi pengeluaran-pengeluaran tetap seperti listrik, air, pembayaran tagihan kontrak/sewa dengan skor rata-rata 4,18 dengan tingkat capaian responden 84% yang dapat digolongkan dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan tingkat terendah terdapat pada pernyataan pertama pandemi covid-19 berdampak pada kesulitan dalam pembayaran gaji karyawan yang harus dibayar dengan skor rata-rata 3,49 dengan tingkat capaian responden 70% yang dapat digolongkan dalam kategori tinggi.

Jadi, dapat disimpulkan pandemi *covid-19* telah memberikan dampak yang tinggi pada UKM dalam memenuhi keuangan, ini terjadi tidak lepas dari dampak *covid-19* pada indikator pertama, yaitu harga yang melonjak tinggi, adanya pembatasan aktivitas masyarakat yang menyebabkan menurunnya daya beli konsumen, menyebabkan omset berkurang sehingga UKM kesulitan dalam memenuhi pengeluaran-pengeluaran dan mendapatkan modal. Jika dikaitkan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Bappenas (2020) maka dampak *covid-19* pada indikator keuangan berakibat pada pengeluaran berjenis tetap dan sulitnya dalam pembayaran gaji karyawan, pembayaran BPJS, serta pembayaran tagihan di Bank. Menurut Nurmala (2019) keuangan dan non-keuangan mempunyai pengaruh secara signifikan pada keberhasilan UKM, apabila non-keuangan pada UKM terkendala seperti akibat dampak *covid-19* maka para UKM juga akan mengalami kesulitan dalam melakukan pengeluaran-pengeluaran produktif mereka.

Aspek pendapatan usaha

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada indikator pendapatan usaha menyatakan pandemi *covid-19* mengakibatkan penurunan pendapatan/omset pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok dengan tingkat capaian responden sebesar 94% yang dapat digolongkan dalam kategori sangat tinggi. Jadi dapat disimpulkan pandemi *covid-19* berdampak sangat tinggi pada pendapatan usaha UKM yaitu menurunnya pendapatan/omset UKM. Jika dikaitkan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Bappenas (2020) maka dampak *covid-19* pada indikator pendapatan usaha menjadi salah satu penyebab utama UKM merasakan kesulitan keuangan

Tabel 4. Data indikator pendapatan usaha

No.	Indikator	Skor Total	Mean	TCR	Ket
1	Pandemi covid-19 mengakibatkan penurunan pendapatan/omset	472	4,72	94%	Sangat Tinggi
Rata-Rata Indikator		472	4,72	94%	Sangat Tinggi

Aspek psikologis

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada indikator psikologis memiliki dua item pernyataan, pernyataan pertama pandemi *covid-19* menimbulkan stres dan suasana hati yang berubah-ubah dengan tingkat capaian responden sebesar 81% dalam kategori sangat tinggi. Pernyataan kedua pandemi *covid-19*

menimbulkan kecemasan, kekhawatiran akan terserang *virus corona* dengan tingkat capaian responden sebesar 77% dalam kategori tinggi.

Tabel 5. Data indikator psikologis

No.	Indikator	Skor Total	Mean	TCR	Ket
1	Pandemi covid-19 menimbulkan stres dan suasana hati yang berubah-ubah	405	4,05	81%	Sangat Tinggi
2	Covid-19 menimbulkan kecemasan, kekhawatiran akan terserang virus corona	386	3,86	77%	Tinggi
Rata-Rata Indikator		396	3,96	79%	Tinggi

Sumber : Data primer tahun 2021 (Diolah)

Jadi dapat disimpulkan *covid-19* berdampak tinggi pada psikologis seseorang termasuk para UKM di Kota Solok. Berdasarkan hasil penelitian (Zalukhu, 2020) juga menyatakan bahwa dampak pandemi *covid-19* telah menyebarkan ketakutan, kecemasan dan kepanikan di seluruh dunia secara cepat. Ada beberapa dinamika yang menimbulkan dampak pada respektif psikologis sosial yaitu dari informasi, perubahan emosi dan perilaku, serta pengaruh sosial yang tidak lepas dari interaksi antara karakteristik personal, situasi dan kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi *covid-19*.

Strategi yang dilakukan UKM sektor perdagangan di Kota Solok untuk mampu bertahan di era covid-19 di Kota Solok

Pandemi *covid-19* yang terjadi saat ini telah memberikan dampak keseluruhan sektor perekonomian di Indonesia tidak terkecuali Usaha Mikro Kecil Menengah (UKM) sektor perdagangan. Adanya peraturan pemerintah untuk pembatasan interaksi (*Sosial Distancing*) berdasarkan PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengharuskan masyarakat untuk berdiam diri di rumah telah ikut menimbulkan dampak pada terbatasnya operasional UKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan pada hari biasanya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan banyak pelaku UKM di Kota Solok yang mengalami penurunan omset penjualan hal ini disebabkan oleh menurunnya daya beli masyarakat. Pandemi *covid-19* juga menimbulkan stres pada pelaku UKM karena terkendalanya keuangan yang harus dikeluarkan oleh UKM untuk melanjutkan bisnisnya dan memenuhi kebutuhan sehari-hari serta kecemasan akan terserang covid-19. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hardilawati, 2020) juga menyatakan rata-rata UKM merasakan penurunan omset selama adanya covid-19 akibat berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, sulitnya dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala transportasi, serta kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada di luar terutama bidang kuliner mulai menurun. Untuk tetap lanjut menjalankan usaha para pelaku UKM dituntut harus bisa menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi, pelaku UKM harus bisa melakukan berbagai strategi untuk tetap mempertahankan usahanya dan mampu bersaing. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ada beberapa strategi yang dilakukan oleh UKM dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi covid-19 :

Optimis untuk tetap lanjut

Optimis merupakan sikap bagaimana seseorang mampu berfikir positif dalam menghadapi berbagai macam permasalahan aspek kehidupan. Dalam menghadapi situasi pandemi dengan menurunnya pendapatan, kesulitan keuangan maupun non-keuangan dan daya beli konsumen tidak menjadikan pelaku UKM mundur dalam melanjutkan usahanya, pelaku UKM terus melakukan upaya agar terus lanjut membuka usaha baik bagaimana dalam memahami konsumen, tidak terlalu tinggi dalam mengambil keuntungan, berani untuk membuka dan mempertahankan usaha, meningkatkan strategi penjualan dimasa pandemi serta perlunya menerapkan protocol kesehatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok sebesar 34% dari 100 responden menyatakan untuk tetap optimis dan tidak mudah menyerah dari berbagai resiko untuk tetap mempertahankan usahanya dengan terus melakukan inovasi baru, meningkatkan digitalisasi, serta meningkatkan pelayanan.

Penambahan modal

Modal merupakan uang yang digunakan sebagai dana dalam kegiatan operasional perusahaan baik untuk berdagang, mendapatkan keuntungan dan sebagainya. Dalam upaya mempertahankan usaha, pelaku UKM melakukan strategi dengan penambahan modal pada usaha mereka, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada UKM sektor perdagangan di Kota Solok sebesar 20% dari 100 responden para UKM melakukan strategi bertahan dengan menambah modal seperti menambah pembelian produk yang akan di

jual dengan membeli produk model terbaru sehingga bisa menarik konsumen misalnya pada sepatu, pakaian dengan model trend terbaru, menambah kapasitas penjualan dalam menarik konsumen dengan cara menambah kebutuhan yang paling penting dibutuhkan oleh masyarakat seperti masker yang semua orang diwajibkan menggunakan masker.

Pelaku UKM melakukan penambahan modal dengan cara menggunakan uang tabungan yang telah disisihkan untuk melanjutkan dan mempertahankan usaha mereka, sebagian UKM juga melakukan peminjaman ke lembaga peminjaman terkait seperti pada Bank dan non-Bank, serta adanya bantuan dari pemerintah berupa bantuan dana kepada UKM yang terdampak juga telah sangat membantu pelaku UKM menambah modal untuk upaya mempertahankan usaha. Pada pandemi yang masih berlangsung saat ini modal merupakan suatu hal yang penting bagi keberlangsungan para pelaku usaha dan sangat berdampak kepada keberlangsungan pelaku UKM agar mampu terus melanjutkan usaha. Adapun terkait dengan pembiayaan dan perkreditan semua usaha memilih untuk melakukan permohonan penundaan pembayaran dan memohon keringanan bunga pada Bank atau jenis lembaga pinjaman terkait.

Penjualan dengan memanfaatkan media online

Adanya pembatasan sosial distancing dalam upaya menekan penyebaran covid-19 dan kekhawatiran akan terserang covid-19 membuat masyarakat lebih banyak di rumah sehingga menimbulkan berkurangnya konsumen yang berbelanja di toko ataupun pembelian langsung, maka UKM perlu melakukan strategi untuk meningkatkan penjualannya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok sebesar 19% dari 100 responden memanfaatkan media online dalam strategi penjualannya untuk bertahan di era pandemi covid-19. Menurut Hendrawan, dkk (2019) penjualan secara online berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja penjualan UKM. Penjualan online merupakan suatu transaksi yang dilakukan dengan memanfaatkan via online dengan menggunakan platform seperti instagram, facebook, twitter, Line, Tiktok, WhatAspp dan media sosial lainnya sehingga bisa lebih menarik konsumen untuk meningkatkan penjualan dan penggunaan internet seperti media sosial dalam penjualan dimasa pandemi covid-19 sudah menjadi suatu keharusan dalam upaya mempertahankan serta kelanjutan usaha. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masuki (2021) menyatakan terdapat 12 juta UKM telah bertransformasi ke ekosistem digital yang mana telah mencapai lebih dari 19% populasi pelaku usaha.

Berkurangnya jumlah konsumen menjadikan UKM harus bisa memasarkan produknya secara maksimal, kreatif dan inovatif. Penggunaan internet oleh UKM terlebih dimasa pandemi covid-19 sudah menjadi suatu keharusan salah satunya promosi dengan digital marketing yang sangat membantu dalam mempromosikan produk, serta membangun citra produk. Digital marketing merupakan kegiatan promosi atau pencarian pasar yang dilakukan secara online yang memanfaatkan jejaring sosial. Promosi dilakukan tentunya untuk tujuan meningkatkan penjualan sehingga perlu dilakukan secara efektif dan tepat. Dengan memanfaatkan media online juga lebih memperkenalkan produk kepada masyarakat secara luas serta mampu merambah pangsa pasar yang lebih luas tidak terbatas dan tidak mengharuskan tatap muka.

Era digital yang terus berkembang pesat hingga saat ini tentu tidak mungkin untuk dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi (2017) mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital, jika tidak para pelaku UKM akan sulit untuk bertahan. Hingga saat ini penggunaan media digital pada umumnya masih lebih banyak pada penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial tidak membutuhkan biaya yang besar cukup membutuhkan kuota internet seperti melakukan promosi dengan pemberian potongan harga/discount, pemberian giveaway yaitu memberikan hadiah secara cuma-cuma kepada pembeli yang membeli dengan jumlah yang banyak serta kepada pelanggan yang rutin membeli, dan program beli satu gratis satu.

Mencari mitra baru

Mitra usaha merupakan pihak atau seseorang yang berkerjasama dalam sebuah jalinan bidang usaha yang dijalankan berdasarkan tujuan bersama yang telah ditetapkan. Pemilihan mitra akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan usaha, jika terjadi kesalahan dalam pemilihan mitra maka bisa menimbulkan dampak seperti kerugian.

Dalam upaya mempertahankan usaha pelaku UKM lebih teliti dalam memilih mitra, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok terdapat 15% dari 100 responden menyatakan strategi yang dilakukan oleh UKM yaitu dengan mencari mitra baru. UKM memilih pemasok yang memiliki kejujuran, mau bekerjasama, tidak menawarkan harga yang terlalu tinggi dengan harapan bisa menutupi modal dan penjualan yang akan dilakukan ke target konsumen karena dimasa pandemi konsumen juga mengalami kesulitan tentunya harus bisa menyesuaikan berapa harga yang akan mampu di capai oleh target konsumen seperti memberika harga yang tidak terlalu tinggi dengan tetap menjaga kualitas, hubungan baik serta kepercayaan konsumen dan pelanggan yang ada. Selain itu, banyak

UKM dalam penelitian ini juga memilih untuk mengurangi tenaga kerja dalam menghemat biaya karena banyak nya keuangan yang harus dikeluarkan yang tidak diimbangi dengan hasil penjualan yang didapatkan karena pandemi covid-19.

Mengatur jumlah persediaan barang dagang

Persediaan barang dagang merupakan barang atau produk yang disimpan untuk di jual. Persediaan yang terlalu banyak di gudang ataupun ditoko yang tidak diimbangi dengan jumlah penjualan akan mengakibatkan kerusakan pada produk tersebut, terlebih kepada produk yang tidak tahan lama, dan sebaliknya jika persediaan tidak mencukupi dengan penjualan yang banyak jika tidak tersedia tentu akan menimbulkan berpindahnya konsumen dan pelanggan ke pesaing dan bagi produsen akan menimbulkan kendala dalam proses produksi. Berkurangnya daya beli konsumen mengharuskan para UKM untuk lebih teliti dengan berapa jumlah barang maksimal yang harus tersedia. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok sebesar 12% dari 100 responden menyatakan menggunakan strategi dengan mengatur maksimal persediaan barang atau produk yang harus tersedia umumnya ini terjadi pada para pelaku UKM yang menjual sembako, pakan ternak karena jika terlalu banyak dan tidak diimbangi dengan jumlah pembeli akan berdampak pada rusaknya barang (expayer) yang tentunya akan menimbulkan hilangnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang di jual. Dengan mengurangi stok barang oleh UKM seperti pada toko bangunan juga bertujuan untuk menstabilkan harga karena dimasa pandemi harga sering tidak stabil dan modal yang ada juga bisa digunakan untuk keperluan lain.

Pada masa covid-19 tentunya para UKM dituntut untuk lebih menggunakan dan mengembangkan strategi mereka dalam mempertahankan usaha, berdasarkan beberapa strategi yang dilakukan oleh UKM sektor perdagangan di Kota Solok diharapkan dapat menjadi referensi bagi para UKM sektor perdagangan lainnya baik yang berada di Kota Solok maupun di luar Kota Solok karena pemilihan strategi yang tidak tepat tentunya akan berdampak pada keberlangsungan usaha kedepannya.

SIMPULAN

Banyaknya pelaku UKM di Kota Solok yang mengalami penurunan pendapatan, masalah keuangan dan non-keuangan mengharuskan pelaku UKM, untuk bisa melakukan berbagai strategi agar tetap mempertahankan usahanya. Ada lima klasifikasi strategi yang dilakukan oleh UKM untuk mempertahankan usaha: Pertama sebesar 34% dari 100 responden menyatakan untuk tetap optimis dan tidak mudah menyerah dari berbagai resiko untuk tetap mempertahankan usaha dengan lebih meningkatkan inovasi baru, digitalisasi, dan meningkatkan pelayanan, kedua sebesar 20% para UKM menyatakan melakukan strategi bertahan dengan menambah modal baik menggunakan tabungan pribadi, meminjam ke bank maupun non-bank, ketiga sebesar 19% menyatakan memanfaatkan media online dalam penjualannya untuk bertahan di era pandemi covid-19, keempat sebesar 15% menyatakan strategi yang dilakukan oleh pelaku UKM yaitu dengan mencari mitra baru, terakhir sebesar 12% menyatakan menggunakan strategi dengan mengatur jumlah maksimal persediaan barang atau produk yang harus tersedia.

Dalam upaya mengurangi dampak yang timbulkan akibat covid-19 pada UKM sektor perdagangan di Kota Solok. yaitu: (1) Pada indikator non-keuangan diharapkan para UKM untuk lebih meningkatkan kreatifitas, kualitas dan pelayanan untuk menarik konsumen serta memilih mitra yang tepat, (2) Pada indikator keuangan, perlunya para UKM untuk lebih meningkatkan pengelolaan automasi keuangan seperti pos anggaran mana yang lebih prioritas dan menyesuaikan dengan budget, dan perlu adanya peran pemerintah kepada UKM seperti pembagian bantuan yang merata kepada UKM yang sangat membutuhkan serta bantuan jenis lainnya agar UKM tetap bisa mempertahankan usahanya, (3) pada indikator pendapatan usaha, perlunya para UKM untuk lebih meningkatkan strategi dalam penjualan, inovasi terbaru dengan memperhatikan trend model dan lebih memanfaatkan digitalisasi dengan perkembangan yang dituntut untuk serba teknologi saat ini, terlebih adanya peraturan social distance sehingga aktivitas diluar menjadi berkurang, dan (4) pada Indikator psikologis, adalah perlunya UKM untuk lebih menjaga prokol kesehatan seperti yang dianjurkan oleh pemerintah, menerapkan 3M (menjaga jarak, memakai masker dan mencuci tangan), selalu berfikiran positif serta perlunya pemerintah melakukan penyuluhan akan pentingnya menjaga protocol kesehatan, cara mencuci tangan yang benar serta bagaimana penyebaran covid-19 yang sangat membahayakan hingga bisa berdampak kematian pada penderita, (5) Perlunya bagi UKM untuk membangun kemandirian dan optimisme dalam menghadapi pandemi dengan menguatkan jiwa kewirausahaan, pantang menyerah serta hubungan baik dengan pelanggan., (6) Untuk pengembangan kreatifitas dan bakat masyarakat terlebih para UKM kota Solok dimasa pandemi yang masih berlangsung hingga saat ini, perlunya oleh pihak pemerintah Kota Solok untuk tetap melanjutkan kegiatan pelatihan,

penguatan digitalisasi baik kewirausahaan ataupun penggunaan media sosial dan digital marketing kepada UKM

REFERENSI

- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UKM Serta Strategi E-Marketing UKM Di Indonesia. In Laporan Penelitian. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen.
- BAPPENAS UKM, D. C.-. (2020). Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak Covid-19 Terhadap UKM.
- Erlich. (2020). COVID-19 (Novel Corona Virus). In www.dynamed.com. Diakses: 09 Maret 2021. <https://www.dynamed.com/condition/covid-19-novel-coronavirus/>
- Febrina, D. I. (2020). UKM Di Kota Padang Dihempas Covid-19: Antara Dilema dan Harapan. *Journal Public Administration, Business and Rural Development Planning*, 28–36.
- Hamdani, H. (2012). *Seluk Beluk Perdagangan Ekspor Impor* (1 ed.). Jakarta Timur: Bushido.
- Hanoatubun. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *EdusPsyCoun Journal, Jurnanl of Education, Psyhology and Counseling*, 2 Nomor 1, 146–153.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika, Universitas Muhammadiyah*, 10(1). <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>
- Hasanah, U. (n.d.). Implementasi Non Financial Performance sebagai strategi menghadapi MEA pada UKM. *Program Studi Entrepreneurship, Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo*, 453–459.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Rayendra, A., & Nusantara, A. M. (2019). PENGARUH MARKETING DIGITAL TERHADAP KINERJA. *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, 4, 50–61.
- Hidayat, S. (2010). *Pengantar Umum Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Verivikatif*. Suska Pres.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (2 ed.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Iksanti, N. (2020). Strategi Perencanaan Ekonomi Dalam Mengatasi Dampak Pandemi Covid-19 Di Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Keuangan & Perencanaan Indonesia*, 01 (2020), 11–21.
- Irawan, Anita, R. (2016). Sistem Informasi Perdagangan Pada PT Yoitan Sari Menggunakan PHP Berbasis Web. *Administrasi Manajemen Politeknik Negeri Banjarmasin*, 1(2), 8–15.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2012). *Laporan Tim Kajian Profil Sektor Riil : Sektor Perdagangan, Hotel, dan Restaurant*.
- Kotler Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Nurmala, N., Damayanti, D., & Yuniarti, E. (2019). Pengaruh Faktor Keuangan dan Non Keuangan pada Keberhasilan UKM di Kota Bandar Lampung. *June*. <https://doi.org/10.25181/esai.v13i1.1270>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Pub. L. No. 7 Tahun 2021.
- Peraturan Walikota Solok Nomor 13 Tahun 2017 Tentang Penataan Bangunan Teras Dan Kanopi Dikawasan Perdagangan
- Pipit Ika Ramadhani. (2020). Pedagang Pasar Hilang Omzet 90 Persen Terimbas Dampak Virus Corona. <https://www.merdeka.com/uang/pedagang-pasar-hilang-omzet-90-persen%02terimbas-dampak-virus-corona.html>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), Pub. L. No. 21 Tahun 2020.
- Riduwan. (2012). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Siti, R., Sayekti, F., & Pahlevi, R. W. (2020). Literasi Akuntansi Dan Perpajakan UKM. *Journal of Economics and Business*, 4 (2)(September 2020), 384– 388. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, E. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UKM (Studi Kasus: Home Industri Klepon Di Kota Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 1(8).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, Pub. L. No. 20 Tahun 2008, 1.
- WHO. (2020). Novel Coronavirus. 26 March 2021. <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Journal of Economics and Business*, 4 (September), 384–388. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>
- Zalukhu, J. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Psikologis Masyarakat. *Program Studi Ilmu Keperawatan Fakultas Keperawatan*, 2019.