

KETAHANAN UMKM OLAHAN SERBA IKAN DI KELURAHAN MARGODADI TERHADAP PANDEMI COVID 19

Sangidatus Sholiha¹, Fajri Arif Wibawa²
Universitas Muhammadiyah Metro
sangidatus@gmail.com¹, fajriwibawa@gmail.com²

Abstract

Indonesia ensuring the first case of coronavirus infection causes Covid-19 in early March 2020. Almost all sectors are affected, not only health. The economic sector has also been seriously affected by the corona virus pandemic. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is also a result of this pandemic such as decreased income, labor, capital, production and distribution. This research aims at the resilience strategy of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) district Metro Pusat against the Covid-19 pandemic. OSERI in terms of decreased income, entry into work assignments, capital difficulties, the amount of stock / production of goods, distribution, to changes in the trade model from conventional to digital. Covid-19 is also MSME refugees to change strategies in trading, and strategies for living life

Keywords: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), OSERI*

PENDAHULUAN

Kelurahan Margodadi merupakan salah satu kelurahan yang masyarakatnya memiliki kelompok usaha olahan serba Ikan. Kelurahan ini berada di Kecamatan Metro Selatan Kota Metro Provinsi Lampung. Walaupun berada di Kota Metro, namun keadaan masyarakat dan lingkungan masih seperti pedesaan. Cukup banyak lahan sawah dan kolam perikanan yang ada di kelurahan ini. Kelurahan Margodadi memiliki potensi dibidang perikanan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha rumahan masyarakat dari usaha benih ikan, pembesaran ikan konsumsi, serta pengolahan pangan serba ikan. Kelurahan Margodadi memiliki kelompok usaha pengolahan pangan serba ikan. Usaha pengolahan pangan serba ikan ini dirintis sejak tahun 2011 oleh beberapa kelompok Ibu-Ibu rumah tangga di

kelurahan ini. Olahan serba ikan diolah menjadi abon ikan lele, kerupuk tulang ikan, nugget ikan, kaki naga dan lain sebagainya. Kualitas produk yang dihasilkanpun juga cukup bagus serta memiliki ciri khas tersendiri yang menjadi produk unggulan di Margodadi. Dengan adanya usaha kelompok ibu-ibu ini mampu membantu menumbuhkan perekonomian yang ada di desa tersebut. Sehingga antara usaha budidaya ikan dan pengolahan pangan serba ikan menyebabkan penumbuhan pola bisnis bersama. Ibu-ibu dapat bekerja sama dengan orang sekitarnya untuk mendapatkan bahan baku dengan mudah dan mampu menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, tentu hal ini sangat luar biasa karena dengan adanya kegiatan yang saling menguntungkan dalam sebuah usaha akan

mempermudah dalam proses produksinya dan memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.

Sejak awal Maret 2020 Indonesia mengalami pandemic covid 19 hingga saat ini. Hampir dua tahun pandemik ini berdampak terhadap berbagai sektor, baik pada sektor kesehatan, pendidikan maupun perekonomian. Kebijakan pemerintah kota Metro mengenai *Social Distancing* dan pembatasan jam operasional bagi para pelaku usaha sebagai upaya pemerintah Indonesia dalam menekan penyebaran pandemic covid 19 menyebabkan masyarakat membatasi aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi dan distribusi sehingga menyebabkan perekonomian mengalami penurunan. Tidak sedikit para pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan, melakukan pemutusan hubungan kerja, pengurangan produksi barang hingga gulung tikar.

Pada kondisi dan situasi krisis seperti ini pemain utama dalam perekonomian di Indonesia yaitu sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perlu mendapatkan perhatian lebih. UMKM merupakan sektor terbesar dalam menghasilkan Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia. UMKM juga merupakan sektor paling banyak berperan dalam pendistribusian berbagai hasil pembangunan, berperan dalam pemerataan pendapatan, terutama pada negara berkembang, penyerapan tenaga kerja, dan memiliki kontribusi yang tinggi dalam pertumbuhan ekonomi di sektor industri, perdagangan, transportasi serta sebagai penghasil devisa. Pada artikel ini akan dijelaskan mengenai ketahanan ekonomi

UMKM dalam menghadapi pandemic Covid-19.

Dalam undang-undang UMKM Nomor 20 Tahun 2008. dijelaskan sebagai: “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.” Berikut ini tabel mengenai Kriteria UMKM dari segi omset dan aset dalam UU Republik Indonesia no.20 tahun 2008 sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria UMKM

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 miliar
Usaha Menengah	>500 juta – 10 miliar	>2,5 miliar – 50 miliar
Usaha Besar	>10 miliar	>50 miliar

Secara umum, UMKM di Indonesia memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Dalam memulai usaha, UMKM tidak perlu modal yang besar seperti perusahaan besar pada umumnya.
2. Karyawan UMKM tidak dituntut memiliki Pendidikan formal tertentu
3. UMKM di Indonesia lebih banyak berada di pedesaan dan tidak memerlukan berbagai infrastruktur
4. Ketika dilanda krisis ekonomi, UMKM di Indonesia terbukti memiliki ketahanan yang kuat

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020), virus corona adalah virus yang menyebabkan penyakit baik pada manusia maupun hewan. Jika virus ini menyerang manusia maka akan menyebabkan infeksi saluran pernapasan seperti *Middle East Respiratory*

Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Virus corona jenis baru ini ditemukan pada manusia sejak mewabahnya terjadi di Wuhan China, pada Desember 2019. Virus ini kemudian diberi namadengan Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2), dan penyebab Corona Virus Disease-2019 (COVID-19).

Virus Covid-19 penyebarannya lebih cepat dibandingkan SARS. Gejala umum termasuk demam 38°C, batuk kering, dan sesak napas. Masyarakat dihimbau untuk menjaga jarak hingga satu meter terlebih dengan orang yang sedang sakit

Pendapatan merupakan suatu penambahan harta sehingga menambah sejumlah modal. Pendapatan ini bukan diperoleh dari tambahan modal dari pemilik usaha dan bukan juga dari pinjaman namundisebabkan oleh penjualan barang dan/atau jasa. Pendapatan ini juga dapat diperoleh dari penjualan jasa kepada pihak lain. Menurut ilmu ekonomi pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang pada periode tertentu. Definisi ini berfokus pada total pengeluaran kuantitatif untuk konsumsi selama suatu periode

Menurut Whimbo (2010), ketenagakerjaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan tenaga kerja baik sebelum bekerja, selama bekerja, dan setelah selesainya hubungan kerjadalam bidang appun. Dari aspek hukum hubungan kerja dibuat berdasarkan kebebasan para pihak, ada beberapa ketentuan yang harus tunduk pada peraturan pemerintah dalam arti umum. hukum (Asyhadie dan Rahmawati, 2019).

Menurut Ismail (2020) modal adalah suatu kumpulan uang atau barang yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk membuka usaha atau memulai pekerjaan.. Modal merupakan sesuatu yang sangat penting dalam dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Tanpa adanya suatu modal, bisnis tidak dapat berjalan dengan baik. Modal juga dibutuhkan dalam berbagai skala usaha, mulai dari usaha skala besar maupun skala kecil.

Produksi adalah proses mengolah barang mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Produksi pada dasarnya adalah menciptakan atau menambahkan manfaat bentuk, waktu, dan tempat pada faktor-faktor produksi sehingga barang diproduksi dapat lebih bermanfaat. Proses perubahan bentuk faktor produksi disebut proses produksi. Hubungan antara input dan output dijelaskan dalam teori produksi yakni penambahan sejumlah input tertentu akan menghasilkan sejumlah output tertentu (Sukirno, 2002).

Menurut Daryanto (2014) ruang lingkup kegiatan usaha sangat luas, secara umum kegiatan tersebut dimulai dari kegiatan produksi, kemudian lanjut teori distribusi barang atau jasa yang dihasilkan serta kegiatan konsumsi yang dalam hal ini dilakukan oleh konsumen akhir. Masing-masing kegiatan ini memiliki teorinya masing-masing. Salah satunya adalah teori distribusi, dimana kegiatan distribusi ini berarti menyalurkan barang atau jasa yang dihasilkan dari tangan produsen hingga sampau pada tangan konsumen. Sehingga produsen harus memilih saluran distribusi (*channels of distribution*) yang tepat.

Berbagai strategi dalam menjalankan usaha diperlukan guna menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan serta mencapai tujuan yaitu memperoleh keuntungan sebesar besarnya dengan cara efektif dan efisien. Perusahaan harus mampu menghadapi berbagai hambatan atau permasalahan dengan memilih alternatif pemecahan masalah yang terbaik atau memilih menggunakan strategi yang jitu. Dalam menghadapi pandemic covid 19 ini, perusahaan tentu memiliki strategi agar dapat bertahan hidup. Pandemi COVID 19 ini memiliki dampak pada sektor ekonomi, salah satu pelaku usaha yang memiliki dampak ekonomi serta dapat memperburuk kondisi PDB di Indonesia adalah UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai ketahanan UMKM olahan Serba Ikan terhadap pandemic covid 19 ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan strategi ketahanan UMKM Olahan serba Ikan di Kelurahan Margodadi Terhadap Pandemi Covid 19. Data yang disajikan pada penelitian dalam bentuk uraian mengenai strategi ketahanan UMKM olahan serba ikan. Subjek penelitian ini ditentukan dengan cara *purposive* yaitu memilih kelompok usaha olahan serba ikan terdampak covid 19. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ketahanan UMKM

olahan Serba Ikan terhadap pandemic covid 19 ini adalah wawancara, observasi langsung (*unrestricted*) dan dokumen (*document examination*). Teknik Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi lebih dalam mengenai strategi ketahanan UMKM Olahan serba Ikan Di Kelurahan Margodadi Terhadap Pandemi Covid 19.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Margodadi merupakan wilayah yang memiliki kelompok usaha olahan serba ikan (OSERI). Kelurahan ini berada di Kecamatan Metro Selatan Kota Metro Provinsi Lampung. Walaupun berada di Kota Metro, namun keadaan masyarakat dan lingkungan masih seperti pedesaan. Cukup banyak lahan sawah dan kolam perikanan yang ada di kelurahan ini. Kelurahan Margodadi memiliki potensi dibidang perikanan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya usaha rumahan masyarakat dari usaha benih ikan, pembesaran ikan konsumsi, serta pengolahan pangan serba ikan. Berikut ini bukti bahwa kelurahan Margodadi memiliki potensi sumber daya alam unggulan yakni dengan adanya kolam-kolam ikan di halaman rumah masyarakat. Kelurahan ini memiliki jumlah produksi ikan terbanyak kedua di Metro Selatan dari data BPS Kota Metro.

Tabel 5.16 Produksi Ikan Kolam Menurut Kelurahan dan Jenis Ikan di Kecamatan Metro Selatan, 2018
Table Pond's Fish Production by Villages and Kind of Fish in Metro Selatan Subdistrict, 2018

Kelurahan Villages	Jenis Ikan/ Kind of Fish (Ton)					Jumlah Total
	Lele	Patin	Gurame	Nila	Lainnya	
(1)	(2)	(3)	(4)	(6)	(5)	(7)
Sumbersari	11,60	12,60	19,00	0,90	0,00	44,1
Rejomulyo	7,10	0,10	36,00	1,15	0,00	44,35
Margodadi	80,00	23,61	26,00	2,00	0,00	131,61
Margorejo	110,00	17,00	28,00	3,78	0,00	158,78
Jumlah/Total	321,51	62,31	109,00	7,83	0,00	378,84

Sumber/Source: Dinas Pertanian, Perikanan, dan Kehutanan Kota Metro/Agriculture, Fishery, and Forestry Service of Metro Municipality

Gambar 1. Data Produksi Jenis Ikan Kolam Menurut Kelurahan di Metro Selatan

Berdasarkan survei tim ke lapangan, masyarakat yang memiliki usaha usaha bibit benih ikan dan pembesaran ikan konsumsi memiliki masalah yaitu dalam pemasaran dan kurangnya alat pendukung. Sehingga produksi usaha yang sedikit karena pemasaran yang kurang baik. Budidaya ikan lele yang dimiliki oleh bapak Yudiantoro memiliki kurang lebih 10 kolam untuk budidaya ikan lele dengan jumlah 5.000 ekor untuk per kolamnya. Budidaya yang memiliki beberapa permasalahan terkait peralatan dan pemasarannya. Peralatan yang masih dibutuhkan untuk budidaya ikan lele ini adalah keberadaan sumur bor karena selama ini masih menumpang di sumur bor yang ada di masjid sekitar, penambahan kolam, kurangnya mesin menyedot air, ilmu tentang air yang baik untuk perikanan dan ilmu tentang pakan ikan organik. Pemasaran pun juga menjadi salah satu permasalahan yang dialami budidaya ikan

lele. Pemasaran ikan lele masih terbatas di daerah sekitar metro dan daerah pemasaran yang paling jauh hanya sebatas daerah Pekalongan. Untuk tempat pemasaran ikan lele hanya di distribusikan ke UMKM OSERI serta tempat tempat pemancingan ikan sekitar. Namun pendistribusian ikan lele ke UMKM OSERI tersebut tidak secara rutin dilakukan karena UMKM OSERI tidak setiap hari atau secara rutin memproduksi olahan ikan lele. Untuk saat ini budidaya ikan lele lebih bergantung pada tempat tempat pemancingan ikan yang ada di sekitar kota Metro.

Usaha OSERI (olahan serba ikan) adalah usaha yang berkolaborasi dengan masyarakat setempat yang membudidayakan ikan lele. Dimana diketahui bahwa mayoritas mata pencarian masyarakat Margodadi adalah membudidayakan ikan lele sehingga hal ini akan berdampak baik terhadap perekonomian masyarakat.. Berdasarkan

hasil survei dan wawancara tim dengan pelaku usaha olahan serba ikan dikatakan bahwa di kelurahan Margodadi terdapat satu usaha unggulan yakni OSERI (olahan serba Ikan) yang menghasilkan olahan abon lele dan kerupuk tulang lele. Akan tetapi ketika pandemic covid 19 pelaku UMKM OSERI ini terkena dampak sehingga dihadapkan dengan berbagai macam permasalahan yang harus dihadapi serta memiliki strategi untuk mencari jalan keluar terhadap permasalahan yang ada. Beberapa masalah yang diantaranya omset menurun drastis, belum mampu dalam proses pembukuan, belum melakukan pemasaran secara online, kesulitan dalam memberdayakan kelompok, merupakan permasalahan yang utama yang dihadapi oleh kelompok dari OSERI yang ada di Margodadi padahal produk buaatannya adalah produk unggulan dan kebanggaan dari desa tersebut dan menjadi ciri khas dari desa tersebut yang mayoritas beternak lele dari pembibitan hingga dapat di panen dan dijual, jika dikelola dan dikembangkan dengan baik, menggunakan strategi pemasaran yang baik dan pengelolaan sumber daya manusia serta alam dapat berjalan dengan baik pula, diharapkan OSERI mampu menjadi produk yang dapat dijadikan kebanggaan bukan hanya di desa margodadi saja bahkan dapat menjadi kebanggaan dari Kota Metro.

Covid-19 berdampak besar terhadap penurunan pendapatan pada usaha OSERI. Trader mengalami penurunan lebih dari 50%. Hal ini dikarenakan pengunjung Oseri dalam dan luar negeri lebih sedikit, otomatis penurunan pengunjung berpengaruh besar terhadap pendapatan

UMKM Oseri. Kemudian alasan kedua adalah karena penurunan daya beli masyarakat. Penerapan social distancing oleh pemerintah telah mengganggu aktivitas produksi. Beberapa perusahaan menerapkan kebijakan *Work From Home*, dan sisanya memutuskan untuk memberhentikan karyawannya, hingga PHK massal. Pemerintah juga mendukung penerapan aturan *social distancing* sehingga berdampak langsung terhadap perekonomian nasional karena kegiatan di luar sangat dibatasi. Sebagian pusat perbelanjaan memutuskan tutup sementara dan membatasi jam operasionalnya sehingga pendapatan otomatis turun drastis. Banyak perusahaan yang melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) guna mengurangi kerugian perusahaan (Dwina, 2020). Efek samping dari badai PHK dan pekerja yang di-PHK telah menyebabkan penurunan produksi. Kondisi ini mengalami kelangkaan bahan baku untuk produksi home industry atau mengalami kenaikan harga yang cukup tajam.

UMKM di sekitar Oseri cukup terdampak pandemi Covid-19. Efek berkurangnya pendapatan sangat mempengaruhi penyerapan tenaga kerja pada UMKM tersebut. Pasalnya, pemilik usaha terpaksa memangkas jumlah tenaga kerja, demi kelangsungan usaha yang stabil. Dilihat dari pendapatan yang cenderung turun drastis, langkah pengurangan tenaga kerja inilah yang dinilai paling tepat. Pandemi Covid-19 berdampak pada kegiatan produksi dan distribusi para pelaku usaha UMKM yang mengalami penurunan bahkan sempat

menghentikan kegiatan produksinya untuk beberapa waktu. Selama beberapa bulan masa pandemi Covid-19, OSERI menyatakan telah menghentikan proses produksi dan pelaku usaha UMKM mengatakan pendapatannya terpengaruh. Pelaku usaha UMKM menghentikan proses produksinya karena permintaan pasar menurun drastis sejak Covid-19 mulai masuk ke wilayah Indonesia, sedangkan UMKM yang masih bertahan harus menghentikan sementara proses produksinya. Bahkan UMKM membatasi produksinya dalam jumlah yang lebih kecil dibandingkan sebelum pandemi Covid-19. Selama masa pandemi Covid-19 70% UMKM menyatakan selama beberapa bulantelah menghentikan proses produksi dan 90% pelaku usaha UMKM menyatakan cash flow-nya terpengaruh (Firdaus et al, 2020). Produk ini dibatasi karena penurunan permintaan dengan melakukan ini, sehingga meminimalkan risiko tidak terjual, barang kadaluarsa, dan sebagainya.

Pandemi Covid-19 berpotensi mengubah tatanan ekonomi di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Kehadirannya tentu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap banyak kegiatan bisnis termasuk kegiatan distribusi barang dagangan. Menurut Hamdani (2020), pemerintah pusat belum memutuskan tindakan lockdown atau karantina wilayah. Berbagai wilayah di Indonesia telah melakukan kebijakan tersebut untuk mencegah penyebaran Covid-19. Sayangnya, setiap daerah memiliki kebijakan yang berbeda. Pengusaha logistik juga mengeluhkan sulitnya

pengiriman barang karena ada daerah yang tidak memungkinkan siapa pun untuk masuk, termasuk jasa logistic sehingga untuk sampai kepada konsumen diperlukan waktu yang lama. UMKM harus memiliki strategi pengiriman agar barang yang dikirim kepada konsumen tepat waktu. Dengan krisis seperti ini, para pengusaha UMKM tidak bisa hanya berdiam diri melihat barang dan barangnya terus merosot. Jika hal ini dibiarkan menyebabkan mereka kehilangan pendapatan. Oleh karena itu mereka harus melakukan beberapa upaya untuk menjual barang dagangan mereka.

Beberapa strategi dapat meningkatkan penjualan antara lain:

A. Diskon

Diskon atau rabat merupakan salah satu strategi dalam kegiatan promosi produk yang dapat dikatakan cukup ampuh untuk menarik calon pembeli. Pemberian diskon/ rabat dapat menjadi pilihan promosi untuk meningkatkan volume penjualan. Menurut Sutisna (dalam Baskara, 2018) untuk dapat melakukan penjualan dalam jumlah lebih besar maka dapat dilakukan dengan strategi pemberian rabat atau diskon serta mendorong pembeli melakukan pembayaran secara tunai dalam waktu singkat. Pemberian diskon ini dapat mengurangi jumlah keuntungan penjual namun volume dapat meningkat sehingga profit tetap dapat tercapai.

Buy One Get One Free (BOGOF) merupakan salah satu strategi untuk menarik pembeli karena kata free merupakan kata yang dapat memikat konsumen untuk membeli agar mendapatkan 1 unit secara gratis

(Sodexo.co.id). Buy One Get One Free (BOGOF) lebih menguntungkan penjual dibanding dengan diskon 50%, karena pada dasarnya para konsumen harus "membeli" dua produk untuk mendapatkan promosi setengah harga sehingga produk yang dijual akan lebih cepat terjual. Memberikan gratis dengan pembelian tertentu dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Sejak pandemi Covid-19, para pedagang atau pelaku usaha seperti UMKM mengalami perubahan baik dari segi keadaan maupun pendapatan. Salah satunya pelaku usaha atau UMKM yang terkena dampak covid 19 adalah di Kelurahan Margodadi. Pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk merespon kondisi kritis seperti pandemi Covid-19.

Para pelaku UMKM harus memiliki strategi agar tetap dapat bertahan ditengah pandemic covid 19. Menurut Suharto (dalam Fadhillah, 2018), strategi aktif adalah suatu usaha mengerahkan seluruh potensi untuk menghadapi guncangan ekonomi dengan cara menambah jam kerja serta melibatkan anggota keluarga lain bekerja untuk membantu memenuhi kehidupan sehari-hari. hari mereka, seperti melibatkan istri dan anak-anak mereka. Bentuk usaha atau strategi bertahan bagi para pelaku UMKM OSERI disini berupa peningkatan produktivitas anggota keluarga untuk bahu membahu bekerja sama memenuhi tuntutan hidup. Dalam hal ini, dimaksudkan agar keluarga dan anggota keluarga mampu beradaptasi dengan kondisi pandemi Covid-19. Pendapatan pelaku UMKM OSERI memang tidak tetap, apalagi dengan kondisi saat ini sangat sulit mencari

pembeli. Oleh karena itu beberapa pelaku UMKM mencari pekerjaan tambahan untuk mendapatkan uang lebih. Banyak dari mereka melakukan pekerjaan yang bukan bidangnya. Menurut Suharto (dalam Gunawan, 2017), strategi yang dilakukan agar dapat bertahan hidup yakni dengan cara menekan berbagai pengeluaran keluarga. Rendahnya pendapatan membuat UMKM OSERI kesulitan memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini melahirkan gaya hidup hemat makanan guna menekan biaya seperti membeli berbagai bahan kebutuhan sehari-hari dengan memilih harga yang lebih murah serta lebih memilih menabung. Sehingga strategi tersebut memberikan jalan bagi keluarga pelaku UMKM OSERI untuk dapat mengatasi krisis ekonomi di tengah pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 menyebar ke berbagai daerah yang ada di Indonesia mulai dari desa hingga kota. Salah satu perubahan pola masyarakat yaitu pergeseran perilaku konsumsi masyarakat dalam berbelanja. Sebelumnya masyarakat berbelanja secara offline namun sekarang mulai beralih ke sistem online. Dengan adanya perubahan tersebut para pelaku UMKM harus direspon secara kreatif agar UMKM tetap dapat bertahan dimasa pandemic ini hingga di era new norma. Para pelaku UMKM harus segera menyesuaikan diri dengan belajar pemasaran online. Menurut Azizha dkk (2020), strategi pemasaran UMKM sulit dilakukan dalam kondisi pandemi saat ini. Pasalnya, di tengah pandemi Covid-19, UMKM dituntut mengubah strategi pemasarannya dari offline menjadi online

agar bisa menjaga perekonomiannya. Bisnis online memiliki keuntungan yang lebih luas untuk menjangkau konsumen, oleh karena itu online sangat cocok digunakan sebagai media perdagangan, mengingat pandemi dan pengunjung yang terbatas. Kemudian jika online trading dilakukan akan memberikan keuntungan dari waktu ke waktu, pertama pedagang bisa berjualan kapan saja, kedua pedagang memiliki kebebasan dan tidak ada batasan harus menutup jual sesuai waktu yang telah ditentukan pemerintah.

KESIMPULAN

Pandemi Covid 19 sangat mempengaruhi kondisi ketahanan UMKM Olahan Serba Ikan Di Kelurahan Margodadi Terhadap. Banyak berbagai permasalahan muncul dan harus dicarikan jalan keluar. Berikut ini uraian ketahanan UMKM OSERI Margodadi terhadap pandemic covid 19:

1. Covid-19 menyebabkan penurunan pendapatan bagi UMKM OSERI. Penurunan ini terjadi karena jumlah pengunjung yang semakin berkurang akibat pemberlakuan PSBB.
2. Covid-19 berdampak buruk pada tenaga kerja UMKM OSERI. Menurunnya pendapatan suatu usaha jelas berdampak pada pekerja. Artinya, ada beberapa pekerja yang diberhentikan, digeser, dan dipotong upahnya dengan alasan pemilik usaha tidak mampu lagi mempertahankannya karena ketidakstabilan keuangan.
3. Covid-19 menimbulkan masalah, keuntungan yang tidak banyak, kemudian muncul kesulitan dalam pengelolaan

keuangan, yang sebelumnya harus disisihkan sebagian untuk pengembalian modal, kini harus digunakan untuk menutupi kebutuhan sehari-hari.

4. Covid-19 berdampak pada kegiatan produksi. Penurunan permintaan dan pengurangan lapangan kerja menyebabkan kegiatan produksi menjadi berkurang. Jika tidak, maka akan terjadi penumpukan stok atau produk perdagangan yang dapat menimbulkan kerugian jika tidak laku.
5. Covid-19 berdampak pada kegiatan distribusi, dimana banyak jalan dan akses antar wilayah ditutup. Hal ini menjadi kendala tersendiri bagi jasa pengiriman. Akibatnya, terjadi keterlambatan dalam memperkirakan barang yang akan tiba. Pandemi ini juga mengakibatkan harga pengiriman barang menjadi sangat mahal, hal ini dikarenakan pengiriman tersebut perlu dilaksanakan yang bersih dan sesuai dengan protokol kesehatan.
6. Covid -19 memaksa UMKM OSERI untuk mengembangkan strategi perdagangan untuk menarik lebih banyak pembeli. Pemberian potongan harga dengan harapan stok lama terjual dan pemberian gratis (Beli Satu Dapat Satu) dalam rangka menjual barang dagangan, tentunya ini semua melalui perhitungan yang tepat agar tidak terjadi kerugian.
7. Covid-19 memaksa UMKM OSERI untuk membuat strategi bertahan hidup di masa pandemi. Melihat pendapatan yang tidak menentu dan sangat sedikit membutuhkan kecerdasan dalam pengelolaan keuangan. Pandemi seperti sekarang ini memprediksi UMKM OSERI mencari pekerjaan tambahan untuk bertahan hidup. Kemudian

hemat uang, dan sebisa mungkin hanya berhutang jika mendesak

8. Covid-19 membawa perubahan model perdagangan, pelaku UMKM melihat peluang dari berjualan online, dan bisa menarik banyak pelanggan tanpa kontak fisik dan keterbatasan waktu. Oleh karena itu online merupakan jalan keluar terbaik bagi UMKM OSERI untuk meningkatkan pendapatan dan menarik banyak pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyhadie, Zaeni, H., & Kusuma, Rahmawati. 2019. *Hukum Ketenagakerjaan dalam Teori dan Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media
- Azizah, Fadilah N., dkk. 2020. *Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal*. *OECONOMICS Journal of Economics*, 5(1), 46-62.
- Baskara, I. B. 2018. *Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying)(Studi Pada Pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember)*. *Manajemen Bisnis*, 5(2).
- Daryanto. 2014. *Pendekatan Pembelajaran Sainifik Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Dwina, I. 2020. *Melemahnya Ekonomi Indonesia Pada Sektor Pariwisata Akibat Dampak Dari Pandemi Covid-19*.
- Fadhilah, A. 2018. *Strategi Bertahan Hidup Keluarga Payabo Di Kelurahan Rappokaling Kecamatan Tallo Kota Makassar*. *Jurnal Commercium: Kajian Masyarakat Kontemporer*, 1(2).
- Firdaus, S. A., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. 2020. *Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal*. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46-62.
- Gunawan, G., & Sugiyanto, S. 2017. *Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga Pasca Pemutusan Hubungan Kerja*. *Sosio Konsepsia*, 16(1), 35-52.
- Hamdani, A. R. 2002. *Efektifitas Implementasi Pembelajaran Daring (Full Online) dimasa Pandemi Covid-19 pada Jenjang Sekolah Dasar di Kabupaten Subang*. *Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 6 (1), 1-9
- Ismail, I. 2020. *Modal: Pengertian, Sumber, Jenis, dan Manfaat Modal*. [Wage page]. Accessed on 10 January 2021. Retrieved from <https://accurate.id/akuntansi/pengertian-modal/>
- Sukirno, S. 2002. *Pengantar Teori Makro Ekonomi Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Whimbo Pitoyo. 2010. *Panduan Praktis Hukum Ketenagakerjaan*. Visi Media