

## *Strategies to Increase Income for Small and Medium Micro Businesses in the Middle of Pandemic COVID-19 in Mojokerto*

### **Strategi Meningkatkan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Tengah Pandemi COVID-19 di Mojokerto**

Ika Widiastuti<sup>a</sup> & Pandu Adi Cakranegara<sup>b,\*</sup>

<sup>a</sup>Universitas Krisnadwipayana, Bekasi, Indonesia

<sup>b</sup>Universitas Presiden, Jababeka, Indonesia

---

#### **Abstract**

This article is motivated by COVID-19, which can affect the economy and MSMEs of the Mojokerto community. The research objective was to determine the community's strategies in Watespinggir Hamlet Mojokerto to survive and still earn income during the pandemic. The research method is descriptive qualitative, and the authors collect data by conducting interviews, discussions with business actors, and seeking information from other article sources. The results showed that business actors' efforts to increase an income such as studying more details about the technology, providing exemplary service to consumers, paying attention to the quality of goods to be sold to consumers. Also, selling products using e-commerce, adding services to consumers, digital marketing and optimizing marketing relationships with consumers, maintaining products, and protecting existing customers.

---

#### **Abstrak**

Artikel ini dilatarbelakangi oleh COVID-19 yang dapat mempengaruhi perekonomian dan UMKM masyarakat Mojokerto. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh masyarakat di Dusun Watespinggir Mojokerto supaya dapat bertahan dan tetap mendapatkan penghasilan selama pandemi. Metode penelitian ialah kualitatif deskriptif, penulis mengambil data dengan melakukan wawancara, diskusi dengan pelaku usaha dan mencari informasi dari sumber artikel lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pelaku usaha guna meningkatkan suatu pendapatan seperti mempelajari lebih detail tentang teknologi, memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen, memperhatikan kualitas barang yang akan dijual ke konsumen. Selain itu, penjualan produk dengan menggunakan *e-commerce*, penambahan layanan terhadap konsumen, *digital marketing* serta mengoptimalkan hubungan pemasaran dengan para konsumen, dan mempertahankan produk serta menjaga pelanggan yang sudah ada.

© 2021 Author(s).

*Keywords:* Strategy; Income; SME; COVID-19.

---

#### **1. Pendahuluan**

Peningkatan dan penyebaran virus sangat cepat dan harus segera diatasi. Virus tersebut dapat menginfeksi dan menular kepada siapa pun. Belum ada obat untuk mengatasi COVID-19. Oleh karena itu, pemerintah membuat kebijakan lockdown (Mona, 2020).

---

\* Corresponding author:

*E-mail address:* cakranegara@gmail.com (Pandu Adi Cakranegara)

Begitu juga dengan Indonesia. Namun, dengan menerapkan isolasi total atau karantina, sebagian negara akan mengalami perekonomian yang sangat buruk. International Monetary Fund (IMF) memprediksikan bahwa lemahnya pertumbuhan perekonomian negara di angka 3% (Thaha, 2020).

Terdapat tiga implikasi akibat Pandemi COVID-19 di Indonesia yakni dari sector pariwisata, perdagangan dan investor. Di Indonesia UMKM berperan sebagai tulang punggung perekonomian yang sangat terdampak serius akan adanya wabah COVID-19, bukan hanya dari aspek produksi atau nilai perdagangan melainkan juga dengan jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya.

Pada tahun 2018 Kemenkop UMKM menunjukkan bahwa sekitar 99% unit usaha memperkerjakan sekitar 97% tenaga kerja. Dengan adanya pandemi menyebabkan dampak negatif seperti kinerja menurun serta adanya penurunan tingkat daya beli masyarakat. Di tambah lagi dengan kebijakan pemerintah yang menerapkan sistem *lockdown* atau karantina. Dampak positif *lockdown* adalah berkurangnya masyarakat yang terkena pandemi serta mengurangi polusi udara sedangkan dampak negatifnya pertumbuhan ekonomi akan menurun.

Pandemi ini menyebabkan adanya perubahan pola pembelian konsumen, baik pembelian *online* maupun *offline*. Hal ini langsung banyak pihak yang mengeluh karena merasa rugi termasuk UMKM.

Salah satu usaha yang terpengaruh pandemi adalah UMKM Ikhwa Comp yang berada di Dusun Watespinggir Mojokerto. UMKM ini bergerak pada perdagangan barang dan jasa, dan lingkungannya dikelilingi oleh lembaga sekolah. Kepanikan serta ketakutan warga setempat juga berpengaruh terhadap perkembangan UMKM tersebut (Sarmigi, 2020). Dampak yang dirasakan akibat pandemi adalah penurunan omset yang tinggi, penurunan tingkat daya beli konsumen, pengurangan tenaga kerja.

Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh masyarakat di Dusun Wates pinggir Mojokerto supaya dapat bertahan dan tetap mendapatkan penghasilan selama pandemi berlangsung.

## 2. Metode

### 2.1. Strategi

Rangkuti (2013:183) menyatakan bahwa strategi adalah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan sesuai dengan misi sedangkan menurut David (2011) strategi adalah kegiatan yang digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan perlu adanya keputusan dari pimpinan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan supaya dapat bersaing dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan.

### 2.2. Pendapatan

Menurut Martani et al. (2016) definisi pendapatan merupakan naiknya pemasukan sehingga terjadinya kenaikan ekuitas, bukan dari investor. Ikatan Akuntan Indonesia (2015) mendefinisikan pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh dari berbagai aktivitas misalnya sewa, bunga, penjualan, dividen, royalti, dan penghasilan jasa.

Dapat disimpulkan pendapatan merupakan upah atau imbalan yang diperoleh pelaku usaha perseorangan atau perusahaan yang dari kegiatan aktivitasnya, seperti penjualan produk barang atau jasa.

### 2.3. UMKM

UMKM merupakan suatu usaha untuk meningkatkan perekonomian tanpa adanya campur tangan dengan lembaga lain (Purwanti, 2012). Jadi UMKM adalah suatu usaha milik pribadi dengan menggunakan modal pribadi pula serta memiliki batasan tertentu.

#### 2.4. COVID-19

COVID-19 adalah suatu keadaan menyebarnya penyakit koronavirus. Penyakit corona dalam Bahasa Inggris ialah Coronavirus disease 2019, yang dapat disingkat dengan COVID-19. Penyakit tersebut mulai terjadi pada tahun 2019 di Wuhan, Cina. Hingga saat ini pandemi COVID-19 telah melanda di berbagai negara (Omang & Angioha, 2021).

#### 2.5. Methods

Metode yang digunakan kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan di Desa Waetesprojo Mojokerto. Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik toko kemudian mengumpulkan, menyimpulkan serta mendeskripsikan semua gejala-gejala yang terjadi saat Pandemi. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan beberapa artikel mengenai dampak COVID-19 terhadap UMKM. Waktu penelitian pada bulan Maret sampai Oktober 2020.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### 3.1. Dampak Covid 19 terhadap UMKM Ikhwa Comp Mojokerto

Pada tahun 2006-2010 pertumbuhan UMKM meningkat sebesar 57% dari Produk Domestik Bruto. UMKM dapat mengalami peningkatan disebabkan oleh SDM, anggaran, dan aset yang dimiliki (Pratiwi, 2020). UMKM merupakan usaha yang independen karena menggunakan anggaran pribadi sehingga mereka kokoh untuk meningkatkan perekonomian.

Sesuai dengan web ([covid19.go.id](https://covid19.go.id)) Indonesia sudah terkonfirmasi wabah COVID-19. Dengan adanya kebijakan lockdown sangat berdampak pada UMKM (Hardilawati, 2020). Dampak COVID-19 terhadap UMKM mengalami penurunan omset yang lumayan besar karena kebijakan lockdown, karantina wilayah, berkurangnya kepercayaan masyarakat, serta sulitnya memperoleh bahan baku. Salah satunya UMKM Ikhwa Comp yang berada di Desa Watespinggir Mojokerto, beroperasi sebagai perdagangan biro jasa contoh : fotocopy, cetak foto, laminating serta menjual beberapa alat tulis kantor (ATK) dikarenakan tempatnya dekat dengan lembaga sekolah.

Dengan adanya kebijakan dari pemerintah mengenai isolasi atau karantina, penutupan jalan membuat konsumen membutuhkan waktu lumayan lama untuk sampai lokasi toko dan jam operasional toko usaha berubah-ubah, ditambah lagi dengan tidak adanya aktivitas di luar rumah selama kurang lebih 8 bulan, dampak yang sangat dirasakan adalah penurunan pendapatan yang sangat drastis, yaitu kurang lebih sekitar 80% dari hari-hari normal.

Tingkat daya beli masyarakat pun menurun, meskipun toko usaha masih beroperasi. Selain mengenai penurunan omset dan tingkat daya beli, namun dampak dari COVID-19 menyebabkan adanya pengurangan tenaga kerja, di samping guna mengurangi pengeluaran yang berlebih juga untuk mengurangi tingkat penularan virus.

#### 3.2. Upaya Meningkatkan Pendapatan Saat Pandemi

COVID-19 berpengaruh terhadap perekonomian termasuk UMKM. Banyak dampak yang diperoleh dari wabah COVID-19, seperti tenaga kerja banyak yang di PHK, kesulitan mencari barang atau bahan baku, tingkat penjualan produk menurun, pendapatan dan tingkat pertumbuhan perekonomian menurun. Pendapatan menurun sekitar 80% dari hari normal, kemudian terjadi penurunan tingkat daya beli, sebagian dampak yang dirasakan oleh UMKM yang berada di Desa Watespinggir Mojokerto.

Namun, diharapkan UMKM dapat bangkit dan tetap kokoh menopang perekonomian Indonesia. Sebagai pelaku usaha atau UMKM memikirkan strategi dan melakukan kegiatan apa pun harus mematuhi protokol kesehatan, supaya dapat meningkatkan pendapatan dengan keadaan dan situasi apa pun.

Ada beberapa upaya untuk meningkatkan pendapatan saat pandemi, antara lain :

- a. Mempelajari tentang teknologi, dengan adanya teknologi pelaku usaha bisa membuat media promosi melalui media sosial atau diperlukan pendampingan dalam mempelajari teknologi.

- b. Memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, dengan lebih teliti, ramah dan memperhatikan anjuran pemerintah atau sesuai dengan protokol kesehatan.
- c. Lebih memperkuat SDM. Dengan adanya pelaku usaha perseorangan diharapkan bisa menyerap tenaga kerja dan adanya UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.
- d. Memberikan serta memperhatikan standar kualitas produk. Supaya dapat dipercaya oleh masyarakat dan merupakan salah satu cara pelaku usaha guna menarik perhatian konsumen.

### 3.3. Strategi UMKM

Dampak pandemi membuat perekonomian semakin buruk. Strategi bertahan UMKM guna meningkatkan pembaharuan sistem :

- a. *E-commerce*. Dengan *e-commerce* merupakan salah satu strategi guna meningkatkan penjualan produk yang berbasis online atau internet.
- b. *Digital marketing*. *Digital marketing* merupakan kegiatan mempromosikan atau mencari nama pasar dengan memanfaatkan sosial media.
- c. Perbaikan Produk dan Pelayanan terhadap Konsumen. Pelaku usaha sebaiknya merekonstruksi produk guna dan memperbaiki pelayanan konsumen sehingga akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen.
- d. Mempertahankan Produk dan Mempertahankan pelanggan atau konsumen yang sudah ada. Pelaku usaha atau UMKM berfokus pada promosi di media sosial pelanggan baru harus bisa mempertahankannya, baik dari sisi konsumen ataupun dari produknya.

## 4. Kesimpulan

UMKM merupakan usaha yang independen. Tiga sektor terkena dampak yang sangat serius akibat pandemi COVID-19 antara lain sektor pariwisata, perdagangan dan investor. Perdagangan sangat terdampak dikarenakan mengalami penurunan pendapatan serta penurunan tingkat daya beli masyarakat, seperti halnya UMKM. UMKM sangat berperan penting bagi perekonomian. UMKM termasuk penyumbang PDB sangat tinggi.

Upaya UMKM guna meningkatkan pendapatan di tengah pandemi COVID-19 seperti mempelajari teknologi sehingga produk yang dijual lebih dikenali banyak orang baik melalui *online* ataupun *offline*, memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen, serta memperhatikan kualitas produk supaya dapat dipercaya konsumen dan memberikan kesempatan tenaga kerja untuk berkecimpung di dunia bisnis.

Dengan adanya UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran. Strategi bertahan UMKM di tengah pandemic COVID-19 adalah: (1) memanfaatkan *e-commerce*, (2) melakukan promosi produknya melalui *digital marketing*, (3) perbaikan produk dan perbaikan layanan terhadap konsumen, (4) menjaga kualitas produk dan konsumen.

## References

- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep (Buku-1; Edisi-12)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Hardilawati, W. I. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2015). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. Retrieved from <http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/pernyataan-sak>
- Martani, D., Veronica, S., Wardhani, R., Farahmita, A., & Tanujaya, E. (2012). Akuntansi keuangan menengah berbasis PSAK. Jakarta: Salemba Empat.
- Mona, N. (2020). Konsep Isolasi Dalam Jaringan Sosial Untuk Meminimalisasi Efek Contagious (Kasus Penyebaran Virus Corona Di Indonesia). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(2).

- Omang, T. A., & Angioha, P. U. (2021). Assessing the Impact Covid-19 Pandemic on the Educational Development of Secondary School Students . *JINAV: Journal of Information and Visualization*, 2(1), 25-32. <https://doi.org/10.35877/454RI.jinav261>
- Pratiwi, M. I. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm. *Jurnal Ners*, 4(2), 30-39.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Rangkuti, F. (2006). Riset Pemasaran. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Sarmigi, E. (2020). Analisis Pengaruh Covid-19 terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Kerinci. *Al Dzahab Islamic Economy Journal*, 1(1), 1-17.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.