

KEBIJAKAN DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

Suwardi*

suwardi@narotama.ac.id

Widyawati Boediningsih**

wboedingsih@gmail.com

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are market potentials to keep the national economy afloat against economic shocks due to the COVID-19 pandemi. For this reason, the government issued a policy by providing support incentives for MSMEs through the National Economic Recovery (PEN) program. In 2020, the realization of PEN to support MSMEs amounting to Rp. 112.84 trillion has been enjoyed by more than 30 million MSMEs. For 2021, a budget of Rp 121.90 trillion has also been budgeted to maintain the continuation of the economic momentum. The government hopes that the PEN program can encourage MSMEs to recover. The method used in this paper is normative legal research, by reviewing Law Number 20 of 2008 concerning Micro, Small and Medium Enterprises. This government policy provides fresh air for MSMEs to increase sales turnover and business productivity. Business actors are trying to find marketing and sales alternatives, securing the sustainability of MSMEs during the Covid-19 Pandemi.

Keywords: Policy, MSME Sustainability, Pandemi-19

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan potensi pasar menjaga ekonomi secara nasional bertahan terhadap guncangan ekonomi akibat pandemi covid-19. Untuk itu pemerintah mengeluarkan kebijakan dengan menyediakan insentif dukungan bagi UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Tahun 2020 realisasi PEN untuk mendukung UMKM sebesar Rp 112,84 triliun telah dinikmati oleh lebih dari 30 juta UMKM. Untuk tahun 2021 juga telah dianggarkan sebesar Rp 121,90 triliun untuk menjaga kelanjutan momentum ekonomi. Pemerintah berharap Program PEN ini dapat mendorong UMKM untuk pulih kembali. Metode yang digunakan di dalam penulisan ini adalah penelitian hukum normative, dengan mengkaji Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Kebijakan pemerintah ini memberikan angin segar bagi UMKM untuk meningkatkan omzet penjualan dan produktivitas usahanya dan para pelaku usaha mengupayakan untuk menemukan alternatif pemasaran dan penjualan, mengamankan keberlangsungan UMKM pada masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Kebijakan, Keberlangsungan UMKM, Pandemi-19

1. PENDAHULUAN

Keberadaan pelaku usaha menengah kecil dan menengah diharapkan menjadi primadona khususnya bagi sektor informal dan UMKM untuk bertahan dalam menghadapi dampak pandemi. Selain itu, ini juga dapat membantu dalam menekan penurunan tenaga kerja. Dilansir dari data BPS per Agustus 2020, terdapat penciptaan kesempatan kerja baru dengan penambahan 0,76 juta orang yang membuka usaha dan kenaikan 4,55 juta buruh informal. Pemerintah juga terus berupaya mendorong pelaku UMKM untuk *on board* ke platform digital melalui Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), dimana hingga akhir 2020 sudah terdapat 11,7 juta UMKM *on boarding*. Diharapkan pada tahun 2030, jumlah UMKM yang *go digital* akan mencapai 30 juta. Pemerintah juga mendorong perluasan ekspor produk Indonesia melalui kegiatan *ASEAN Online Sale Day* (AOSD) di 2020. Dari 64,19 juta UMKM di Indonesia, sebanyak 64,13 juta masih merupakan UMKM yang berada di sektor informal sehingga perlu didorong untuk bertransformasi ke sektor formal. Keberadaan perbankan di Indonesia diharapkan mampu memberi dorongan tumbuh dan berkembangnya sektor ekonomi dan usaha perdagangan di wilayah Indonesia.

Munculnya usaha kecil dan menengah diharapkan dapat menopang pendapatan dalam rangka mewujudkan sektor yang mempunyai peranan penting. Kondisi demikian akibat mayoritas masyarakatnya memiliki pendidikan rendah yang berdampak dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Waktu berjalan kedepan lima sepuluh tahun yang akan datang akan ada peningkatan keberadaan usaha kecil menengah yang semakin bertambah besar dengan prosesentase 4,2 persen dalam tiap periode tahun sehingga memberikan masukan pada usaha UMKM pada pendapatan PDP bagi perkembangan Indonesia 3 tahun akhir terdapat 50 persen.

Keberadaan UMKM memberikan harapan besar mampu bertahan dan mampu menghadapi dampak apapun terhadap perkembangan ekonomi nasional serta bisa mengangkat sektor perekonomian bagi kalangan masyarakat agar mampu mandiri guna tumbuhnya kembangnya ekonomi nasional. Oleh sebab itu di samping memiliki keikutsertaan sangat besar di dalam tumbuh kembangnya perekonomian yang mampu memberikan peluang tenaga kerja, juga memiliki peran di dalam sektor industry dari

hasil pembangunan tersebut.. Kondisi seperti sekarang ini maka Pemerintah harus membuat langkah tepat di dalam menghambat dan mengurangi penyebaran covid 19.¹

Dampak penyebaran covid 19 sulit terbendung dan teratasi, maka sangat berpengaruh terhadap sektor ekonomi secara umum yaitu : a. Penurunan aktifitas jual beli dengan keputusan *social distancing*, hal ini bertujuan untuk menghindari penularan virus corona. Usaha Kecil Menengah merupakan usaha yang mampu bertahan dari segala terpaan krisis apapun, sehingga Negara Indonesia beruntung memiliki pelaku usaha kecil menengah, bahkan beberapa perusahaan mengambil langkah berani untuk mempekerjakan karyawan/pegawainya bekerja dari rumah atau WFH (*Work From Home*), ada pula yang merumahkan karyawannya bahkan mem PHK secara massal. Menurut data dari Dinas Tenaga Kerja DKI Jakarta yang terbaru, ada 30.137 (tiga puluh ribu seratus tiga puluh tujuh) orang yang telah kehilangan pekerjaannya, akibat dari PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Dan masih banyak pekerja lainnya juga rawan terhadap kehilangan penghasilan akibat di rumahkannya dari tempat mereka bekerja. Dampak PHK ini telah membuat turunnya kapasitas produksi secara ekstrim. Seperti yang terjadi pada UMKM yang bergerak di bidang Pembuatan Kue, karena melambungnya harga bahan dasar kue, yaitu Telur dan gula. Dampaknya juga berimbas pada naiknya harga penjualan. Kondisi inipun juga berdampak pada masyarakat pembeli.

Pemerintah dengan kebijakan yang dibuatnya yaitu tidak akan melakukan Lockdown, sehingga beberapa UMKM tetap bisa bertahan hidup dalam situasi yang sulit seperti saat ini. Pemerintah juga memberikan beberapa fasilitas, antara lain memberikan diskon tarif listrik hingga 50 %, memberikan kemudahan suntikan modal.² Selain itu juga adanya langkah dari Otoritas Jasa Keuangan dan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dalam Siaran Pers nya No.HM.4.6/32/SET.M. EKON. 2.3/03/2020 tentang Kebijakan *Counter Cyclical*.

Kebaharuan dari penelitian ini masih kurang dipahaminya, adanya kebijakan terhadap para pelaku usaha UMKM agar mampu mempertahankan usahanya agar tetap

¹ Amri, A. "Dampak terhadap Covid-19 pada usaha UMKM di Indonesia", *Jurnal Brand*, 2020, Halaman , 123-130.

² Amanda A.D & Susilowati, "Pengembangan Usaha Mikro dan menengah, Usaha UMKM yang berbasis Industri Kreatif di Kota Malang", *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Volume X, 2017, Halaman 120-142.

eksis sehingga menjadi andalan utama bagi penopang ekonomi secara umum karena mampu dan bertahan terhadap dampak yang terjadi, yaitu adanya pandemi Covid-19 secara luas yang mengakibatkan melemahnya terhadap konsumen sehingga hal itu berdampak pula pada daya beli masyarakat yang menurun. Untuk itu kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah di dalam mempertahankan usaha UMKM untuk tetap hidup, diperlukan adanya stimulus yang akan mampu berkembang ditengah sulitnya pandemi seperti sekarang ini sehingga akan menciptakan peluang yang bisa mendorong pelaku usaha lainnya untuk tetap eksis meskipun pandemi ini belum ada tanda-tanda mereda. Pandemi Covid 19, mempunyai dampak yang begitu luas terhadap siapa saja, termasuk juga pelaku usaha, baik mikro, kecil, menengah dan besar. Melihat semuanya itu, membuat penulis tertarik untuk mengangkat masalah dalam artikel dengan rumusan masalah adalah : Pemberdayaan UMKM agar tetap berjalan sesuai situasi dan gangguan apapun dan Langkah Pemerintah dalam Kebijakannya sehingga usaha UMKM mampu bertahan bahkan berkembang dalam situasi apapun ?

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif.. Penulis melakukan penelitiannya melalui peraturan perundang-undangan ataupun norma-norma hukum yang berada di masyarakat, terkait Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang disebut dengan UMKM., yaitu mengacu kepada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, serta kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang dilakukan Pemerintah, untuk mengatasi usaha kecil dimasa yang sulit ini, agar pelaku usaha tetap bisa menjalankan usahanya dan bertahan hidup di masa pandemi Covid 19.

3. PEMBAHASAN

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid 19-.

Berdasarkan ketentuan dari Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang dimaksudkan dengan Usaha Mikro, dinyatakan dalam Pasal 1 (1) sebagai berikut :” Usaha Produktif milik orang perorangan dan atau Badan Usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Umdang-undang ini“ sedangkan yang dimaksud dengan Usaha kecil, dinyatakan di dalam Pasal 1 (2) yaitu : Usaha

produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini. Pada Pasal 6 nya dinyatakan bahwa untuk Usaha Kecil harus mempunyai kekayaan Rp.50.000.000,- (Lima puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (Limaratus juta Rupiah) tidak termasuk Tanah dan Bangunan dari tempat Usaha atau Memiliki Hasil Penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (Tiga ratus juta Rupiah) sampai dengan Rp. 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima ratus juta Rupiah).

Usaha UMKM yang paling berkembang adalah di Usaha di Sektor Jasa, seiring dengan adanya perubahan pola gaya hidup, dimana di dalam masa pandemi seperti ini yang membuat masyarakat harus menjaga jarak, menjauhi kerumunan maka usaha ini berkembang dengan sangat cepatnya. Selain itu Usaha UMKM yang juga berkembang dengan pesatnya dalam masa 5 (lima) tahunan ini adalah Usaha Warkop (Warung Kopi) yang semakin ngetren saat ini, apalagi di lengkapi dengan adanya Internet gratis (WIFI), walaupun usaha ini masih belum disentuh dengan sistem management yang professional. Bentuk Usaha Warkop ini masih merupakan bentuk bisnis / usaha yang berupa Resto yang pengelolaannya masih bersifat Tradisional yang masih tetap bertahan dan eksis dalam suasana pandemi saat ini, walaupun banyak Usaha Kopi yang modern. Warung kopi ini laris manis dan banyak pengujungnya. Walaupun disajikan dalam bentuk yang sederhana, menunya pun juga sederhana, tetapi tetap memberikan rasa dan aroma kopi yang special atau khas, sehingga mengesankan suasana yang natural, apa adanya, menggambarkan keakraban dan kebiasaan dari masyarakat untuk menikmati secangkir kopi dan kuenya, walaupun harga nya lebih murah jika dibandingkan dengan minum kopi di Café-café.

Keberadaan usaha mikro warung kopi itu tidak terpengaruh oleh omzet penjualan, artinya bisnis disektor usaha ini tidak tersentuh oleh hiruk pikuknya kondisi perekonomian global yang terkait dengan nilai mata uang dolar maupun karena adanya krisis moneter. Keberadaan usaha yang menu utamanya sama-sama kopi, yang satu merupakan usaha UMKM secara sederhana, yang satu dalam bentuk yang modern yaitu

Café, tetapi masing-masing mempunyai kelas yang berbeda, yang Café untuk kelas menengah ke atas dan yang satunya untuk kelas menengah ke bawah. Untuk itu kepengelolaannya, Sumber Daya Manusianya tentu berbeda satu dengan yang lainnya. Café sudah dikelola, ditata dengan suatu manajemen yang professional, sedangkan yang Warung Kopi masih dikelola dengan cara yang sangat sederhana. Warung kopi di dalam pengambilan keputusan baik untuk merekrut staff nya atau pengembangan usahanya tidak lah memerlukan perencanaan yang matang, tidak seperti yang di Café-café yang memerlukan perencanaan yang hati-hati, mengikuti prosedur yang ada, melihat perkembangannya, situasi pasar yang ada dan sebagainya, sehingga usahanya akan bisa berkembang dengan baik dan dikelola dengan baik pula. Selain itu UMKM sekarang baik yang tradisional maupun modern akan menjadikan suatu usaha yang mengarah ke usaha industry, yang akan melalui suatu tahapan usaha kecil menengah .

Menurut data dari Kementrian Koperasi dan UKM, perkembangan UMKM secara keseluruhan di Indonesia mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik dari tahun ke tahun, hal itu terus meningkat dengan cepat. Jumlah UMKM di Tahun 2010 sudah mencapai 52.769.426 atau sekitar 63 juta , dan Tahun 2017 sudah mencapai 99.9 % dari total Unit Usaha di seluruh Indonesia. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam memberikan sumbangan dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia. Perkembangan usaha ekonomi secara mikro, kecil dan menengah di Indonesia tidak terlepas dari beberapa faktor di dalamnya , yang antara lain :

a) Pemanfaatan Sarana IT .

Pemanfaatan sarana teknologi dapat membantu berkembangnya UMKM, merupakan hal yang sangat penting, misalnya memanfaatkan fasilitas internet, melalui media sosial (yaitu Whats App), yaitu media untuk memasarkan dan mensosialisasikan produl-produk yang akan dijualnya dengan fasilitas WIFI gratis, ini akan memanjakan para konsumen/pengunjung yang datang .

Dengan adanya usaha ini, bagi Pemerintah UMKM menjadi prioritas utama untuk membuat suatu kebijakan di bidang ekonomi, membantu masyarakat untuk menjalankan usahanya di bidang ekonomi, dengan memberikan fasilitas dengan memanfaatkan sistem digital, dengan menggunakan e-commerce, untuk

memasarkan dan menjalankan usahanya. Pada Tahun 2017, Kementerian Koperasi (Kemenkop) telah memberikan informasi tentang kemajuan usaha UMKM sebesar 14 % dari 59,2 juta UMKM .

b) Memberikan Kemudahan Modal Usaha.

Hal ini tidak terlepas dari dukungan pihak perbankan. Dengan terbukanya akses ini, maka akan mendorong semakin tumbuhnya usaha mikro, kecil dan menengah ini. Untuk menumbuhkan perekonomian ini sudah dilakukan oleh Perbankan sejak Tahun 2015 yang terus meningkat sampai Tahun 2018 pertumbuhan ekonomi dari 5 % terus meningkat sampai 20 %. peningkatan yang sangat tajam jumlah wajib Pajak pembayaran PPh, sekitar 463.094 orang. Dari angka tersebut sebanyak 311.197 adalah wajib pajak baru yang terdaftar pada Tahun 2018. Tahun 2019 dari Usaha UMKM warung kopi pun mengalami kenaikan 15-20 % dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 10 %.

c) Turunnya tarif PPH bagi pelaku UMKM

Menurunnya tarif PPH ini sangat membantu para pelaku dunia usaha UMKM .Sebagai Wajib pajak. Pelaku usaha UMKM juga mempunyai kewajiban untuk melaporkan penghasilan dari usahanya ke Dinas Pendapatan Pajak Negara, yang berupa pajak penghasilan atau PPH sebesar 1 %, akan tetapi pada tahun 2018 Pemerintah telah menetapkan penurunan pembayaran pajak penghasilan kepada pelaku UMKM dari 1 % menjadi 0,5 % , melalui Peraturan pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. Tujuan dari pemerintah menurunkan ketentuan tersebut agar mempermudah bagi pelaku usaha UMKM untuk menjalankan usahanya , disatu sisi juga agar pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya.

Adanya peningkatan jumlah kedai kopi atau Warkop yang sangat besar sekarang ini dibandingkan dari sebelumnya, disebabkan karena lebih enak dan lebih nyaman minum kopi di warung kopi atau kedai kopi sambil melakukan kegiatan lain daripada minuman model instan yang berupa sachetan yang harganya relatife terjangkau dengan harga yang dipasang oleh masing-masing harga kedai kopi yang cukup kompetitif. Berdasarkan sensus nasional di bidang ekonomi akhir tahun 2013 jumlah UMKM di Jawa Timur sebanyak 4,2 juta. Jumlah tersebut pada Sensus Tahun 2014 yang hasilnya dipublikasikan pada tahun 2015 melompat menjadi 6,8 juta, dan tahun

2016 yang hasilnya dipublikasikan pada tahun 2018 kembali naik signifikan menjadi 9,59 juta. Bahkan pada Tahun 2019 dari PDRB Jatim yang mencapai Rp.2.019 triliun, sebesar Rp.1.290 triliun berasal dari kinerja UMKM. Namun demikian besarnya kenaikan pendapatan yang dihasilkan UMKM di Jawa Timur belum representatif mengakomodasikan pendapatan yang diperoleh dari bagi hasil dengan UMKM di sektor perdagangan jasa seperti kopi susu atau café-café yang jumlahnya tergolong cukup besar di setiap daerah. Namun pada tahun ini, tahun 2020 kondisi mengalami perubahan sangat dratis, yang berlangsung dalam waktu yang relatif pendek.

Pada pertengahan Bulan Maret 2020 saat Pemerintah menyarankan untuk melakukan *social distance* dan *stay at home* hingga awal Mei 2020 telah merubah kondisi kehidupan UMKM. Tahun 2020 ketika di berbagai negara mengalami pandemi, musibah akibat penyebaran virus Corona (Covid 19) yang sangat mematikan, memaksa hampir semua negara memberikan Tindakan mengamankan masyarakatnya dari penyebaran virus yang mematikan, jumlah korban yang terus bertambah setiap hari hingga ratusan orang meninggal dunia. Indonesia sebagai salah satu negara yang juga terkena dampak penyebaran virus Corona Covid 19 segera melakukan berbagai Tindakan antisipasi dengan cara menyarankan untuk melakukan *social distance* hingga saran untuk bekerja dari rumah, dan menutup semua sektor pelayanan publik. Akibat pandemi covid 19 berdampak begitu luar biasanya dalam berbagai sendi-sendi kehidupan manusia tidak lepas, dari keberlangsungan usaha-usaha UMKM.

Pelaku usaha yang terdampak pandemi corona –19 sebesar 96 %. Sebanyak 75 % mengalami penurunan akibat pandemi tersebut. Sedangkan bagi usaha UMKM sebesar 67 % juga mengalami hal yang sama, sementara hanya 13 % yang merasa yakin dan mampu bisa bertahan dan mempertahankan usaha nya dalam masa pandemi . Pada Bulan Maret yang lalu, pemerintah melalui Menteri Koperasi dan UMKM telah membuka layanan hotline 1500 587 sebagai tempat aduan bagi UMKM maupun UKM yang usahanya terkena dampak pandemi Covid-19. Pendataan ini menjadi acuan bagi Pemerintah untuk membuat kebijakan yang berupa program-program antisipasi dampak Covid-19, antara lain memberikan masukan kepada pelaku usaha, memberikan stimulus kepada pelaku usaha, program menggerakkan ekonomi di sekitarnya, memberikan

program kepada pekerja berupa kartu pekerja, memberikan bantuan tunai langsung kepada masyarakat.

Pemerintah berharap program ini bisa membantu koperasi dan UMKM bertahan di masa pandemi. Bagi usaha UMKM serta koperasi mampu mengambil peluang untuk menggunakan teknologi informasi serta komunikasi, karena perdagangan dengan sistem elektronik pada tahun 2020 mampu mencapai nilai US \$ 130 miliar. Namun demikian bagi jenis jenis usaha jasa seperti rumah makan, warung, kios dan took-toko yang menjual kebutuhan rumah tangga, pakaian dan peralatan kerja serta kebutuhan sekunder lainnya relatif tidak mampu bertahan.³

Di Jawa Timur para pelaku UMKM , seperti .Para Pelaku usaha seperti makanan, kemasan dan oleh-oleh , souvenir, batik dan berbagai industri rumahan di beberapa kabupaten di Jawa Timur pernah mengalami Kondisi yang hampir 100 % UMKM mengalami kerugian terpaksa tutup, namun beberapa pelaku usaha bidang kemasan masih bertahan dengan memanfaatkan pemasaran online. Penurunan pendapatan dan bahkan beberapa ratus pelaku usaha UMKM telah menutup usahanya setelah pemerintah mengumumkan secara resmi agar masyarakat bekerja dari rumah, menutup isntansi pelayanan publik, dan mewajibkan masyarakat menggunakan masker serta menjaga jarak (*social distance*), bahkan pada pertengahan Bulan Mei 2020 telah menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Jawa Timur, meskipun kebijakan tersebut menuai kontravensi, namun dengan alasan keamanan sehingga penanganan harus serius, hal itu dilakukan untuk menghindari terjadinya penyebaran corona virus 19. Dengan demikian di beberapa wilayah yang menjadi sentral perdagangan di Jawa Timur pun harus tutup. Hal itulah yang menjadikan kondisi UMKM dan pelaku usaha mikro kecil khususnya di berbagai kota yang merapkan PSBB disertai sanksi denda dan pidana, seperti Surabaya, Sidoarjo dan Gresik, pelaku usaha kecil khususnya mengalami kelumpuhan dan kebangkrutan. Sejumlah 1785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah merupakan yang paling kena dampak pandemi virus corona (Covid-19).

³ Satria D, "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal", Jurnal Aplikasi Manajemen,9 (1) 2011, Halaman 301-308

Salah satu Program Pemerintah adalah menggelontorkan Anggaran sebagai Jaminan Modal, agar usaha nya yang bergerak di bidang ekonomi, tetap bisa tumbuh dan berkembang. Anggaran yang disiapkan untuk itu adalah : Rp.125.000.000.000 (seratus dua puluh lima Triliun Rupiah), agar para pelaku usaha itu mampu berusaha mempertahankan keberlangsungan usaha bisnisnya. Covid-19 merupakan virus yang penyebarannya sangat cepat sekali, berjalan lebih lama dari segi waktunya dan membawa dampak pada semua aspek kehidupan.

Dengan dilakukan kajian oleh Pemerintah, akibat dampak ekonomi terjadi penurunan pada penghasilan masyarakat secara umum di setiap daerah masing-masing untuk itu perlu skenario yang lebih ringan, sedang hingga buruk. Skenario tersebut disampaikan oleh pihak Pemerintah dalam rapat dengan para Gubernur, Bupati dan Wali kota seluruh Indonesia pada tanggal 24 Maret 2020. Untuk menghadapi agar tahan terhadap gonjangan ekonomi karena terjadi penurunan pendapatan ekonomi para pelaku usaha didaerah.⁴

Langkah Pemerintah dalam Kebijakannya Agar Usaha Mikro Kecil dan Menengah Mampu Bertahan dan Berkembang.

Strategi Konsep adalah merupakan strategi berangkat dari bagaimana menciptakan visi yang menarik, membangun rasa memiliki, dan semangat pantang menyerah untuk memperjuangkan. Tidak cukup di situ, visi tersebut juga sebisa mungkin dapat mendukung konsentrasi para pembuat kebijakan sosial politik dan ekonomi. Kondisi ini akan mendorong terciptanya kebersamaan dan loyalitas yang kokoh pada semua elemen yang terlibat.

Strategi juga merupakan proses atau metode yang ditempuh untuk mengatasi berbagai kendala atau rintangan yang ada dalam upaya mencapai tujuan organisasi di tengah cepatnya perubahan yang tak terduga dan kepentingan untuk bertahan. Strategi bisnis diharapkan: 1) Mempertahankan fokus pada pelanggan sambil terus membaca indikator perubahan lingkungan yang dalam situasi tidak menentu di tengah pandemi.

⁴Sukirman, Jiwa Kewirausahaan dan Nila Kewirausahaan, Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan, , *Jurnal IKRA-ITH, Ekonomi*, Vol 4 Nomor 2, Juli 2017, Halaman 113-132

2) Memberikan pilihan atau opsi secara terus-menerus pada para pelaku usaha UKM yang lain serta aspek pendukungnya, misalkan rekanan usaha pendukung.

UMKM memiliki peran penting dalam pertahanan perekonomian bangsa. Menurut data BPS tahun 2017, unit usaha UMKM menempati 99,9 persen dari total unit usaha yang ada khususnya yang masih bertahan sebanyak 62,9 juta sesuai data Bank Indonesia. Tak hanya itu, UMKM yang mampu menyerap terhadap peluang kerja dan menyumbang 60,34 % bagi Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam situasi pandemi Covid-19, sebenarnya posisi UMKM berpotensi untuk menguasai pasar dalam negeri, ketika kebutuhan bahan impor itu tidak bisa sama saat kondisi normal. Ada jalan keluar bagi pelaku UMKM di masa pandemi ini, untuk dapat memenuhi kebutuhannya, walaupun potensi tersebut tak mudah untuk direalisasikan karena keran impor bahan baku masih dibuka, sehingga peluang untuk produk di dalam negeri tidak akan mampu terserap dengan baik. Hal tersebut membuat pelaku UMKM sulit menembus pasar domestik untuk urusan bahan baku .

Selain itu, kondisi turunnya perdagangan dalam kondisi pandemi dialami oleh pelaku usaha UMKM dengan tujuan luar negeri. Di sisi lain, mereka yang bergerak di daerah untuk pariwisata pun terjadi penurunan yang sangat signifikan karena pembatasan gerak orang untuk bepergian. Dengan besarnya jumlah pelaku UMKM, akibat pandemi ini memang benar-benar sangat memberatkan bagi pelaku usaha dari segala sektor sehingga memperburuk dalam sektor perekonomian secara Nasional. Pemerintah telah memasukkan pelaku usaha UMKM menjadi kelompok rentan miskin akibat dampak pandemi, dan memasukkan pelaku usaha UMKM sebagai penerima bansos akibat dampak pandemi covid 19.

Sebagaimana Pasal 1 UU 20 tahun 2008 terkait usaha UMKM katagori usaha mikro kecil menengah, sesuai kekayaan bersih yang dimiliki hasil penjualan tahunan paling besar Rp 50.000.000 (lima puluh juta) yang mana hal itu tidak termasuk tanah serta bangunan dan tempat usaha dan penghasilan seberap Rp 300.000.000 (tiga ratus juta) termasuk dikatagorikan usaha mikro. Selanjutnya sebagai kriteria kecil yang memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000 dan batas maksimal Rp 500.000.000

Dengan kriteria tersebut, pemerintah berusaha memberdayakan UMKM agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Bentuk pemberdayaan itu dilakukan dengan

memastikan bahwa UMKM mendapat pemihakan, guna memastikan, peluang, keamanan, serta memperoleh dukungan untuk mengembangkan usaha tersebut. Selain pemberdayaan, pemerintah memberi dukungan terhadap UMKM dalam bentuk pengembangan, pembiayaan, penjaminan, dan kemitraan. Saat ini, secara khusus bidang UMKM ditangani langsung pemerintah melalui bidang lingkup Kementerian Koperasi serta UMKM dan beberapa instansi lainnya yang terkait.

a. Prioritas Dukungan

Untuk menangani pandemi covid 19 guna pemulihannya di sektor ekonomi secara nasional ada program besar di dalamnya yaitu prioritas bagi pelaku usaha UMKM. Hal itu tampak dari adanya alokasi anggaran khusus untuk mendukung bagi pelaku UMKM. Terhadap alokasi dana yang dianggarkan oleh Pemerintah dalam penanganan pandemi covid 19 pada tahun 2020 senilai 695,2 Triliun sedangkan senilai 123,46 Triliun untuk mendukung terhadap keberadaan usaha UMKM. Jumlah tersebut dialokasikan untuk lima kegiatan, yakni subsidi bunga sebesar Rp 35,28 triliun; penempatan dana untuk restrukturisasi sebesar Rp 78,78 triliun; belanja imbal jasa penjaminan (IJP) sebesar Rp 5 triliun; PPh final UMKM ditanggung pemerintah (DTP) sebesar Rp 2,4 triliun; serta pembiayaan investasi kepada koperasi melalui Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (LPDB KUMKM) sebesar Rp 1 triliun rupiah. Alokasi tersebut menempati urutan kedua dari sisi jumlah dari lima alokasi biaya penanganan Covid-19 yang lain, yakni untuk perlindungan sosial Rp 203,9 triliun, insentif usaha Rp 120,61 triliun, sektoral kementerian/lembaga dan pemda Rp 106,11 triliun, kesehatan Rp 87,55 triliun, serta pembiayaan korporasi Rp 53,57 triliun.

Prioritas dukungan terhadap UMKM juga tampak dari upaya pemerintah dalam mengatasi persoalan banyaknya irisan kementerian yang menangani UMKM. Selain Kementerian Koperasi dan UKM, berbagai kementerian memiliki program khusus terhadap UMKM, yakni Kementerian Sosial, Kementerian Pertanian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pekerjaan Umum, serta Perumahan Rakyat dan Kementerian Perindustrian. Untuk mengatasi hal itu, pada bulan Juli 2020 telah dilakukan pembahasan di antara kementerian-kementerian dan lembaga terkait UMKM yang diinisiasi oleh Kemenkop dan UKM. Dalam pembahasan tersebut disepakati

bahwa demi menyelamatkan ekonomi negara, UMKM harus yang pertama diselamatkan.

b. Restrukturisasi Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Peran Pemerintah dalam mendukung sepenuhnya usaha UMKM selama pandemi covid 19 telah diwujudkan dalam bentuk kebijakan-kebijakan yang dilakukan yang digolongkan dalam tiga kelompok kebijakan, yakni restrukturisasi kredit UMKM, kredit modal kerja, dan dukungan lainnya. Dukungan ini dilakukan pemerintah bekerja sama dengan Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kebijakan restrukturisasi kredit UMKM dilakukan dengan: 1) relaksasi penilaian kualitas aset serta 2) penundaan pokok dan subsidi bunga. Kebijakan modal kerja dilakukan dengan pemberian: 3) kredit modal kerja berbunga murah serta 4) penjaminan kepada Askrindo dan Jamkrindo. Sedangkan dukungan lain terhadap UMKM dilakukan dengan: 5) pemberian insentif PPh final UMKM ditanggung pemerintah dan 6) bantuan presiden produktif usaha mikro.

Restrukturisasi kredit UMKM yang pertama dilakukan dengan relaksasi penilaian kualitas aset berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020 dan 14/POJK.05/2020. Penetapan kualitas aset pada kredit hingga Rp 10 miliar dapat hanya didasarkan pada ketepatan pembayaran pokok/bunga. Selain itu, dilakukan restrukturisasi, yakni kredit debitur terdampak Covid-19 ditetapkan lancar sejak direstrukturisasi dan restrukturisasi dilakukan tanpa batasan plafon/jenis pembiayaan. Restrukturisasi kredit UMKM juga dilakukan dengan penundaan pokok dan subsidi. Kebijakan ini mendapatkan payung hukum dari Peraturan Menteri Keuangan Nomor 65/PMK.05/ 2020 yang kemudian diperbarui dengan PMK Nomor 85/PMK.05/2020. Subsidi bunga atau subsidi margin diberikan kepada debitur UMKM dengan plafon kredit atau pembiayaan paling tinggi Rp 10 miliar dalam jangka waktu paling lama 6 bulan. Kebijakan ini mulai berlaku sejak 1 Mei 2020 sampai 31 Desember 2020.

Terdapat empat kriteria bagi calon penerima subsidi bunga atau subsidi margin ini. Pertama, memiliki kredit atau pembiayaan hingga 29 Februari 2020. Kedua, tidak termasuk dalam daftar hitam nasional. Ketiga, memiliki kategori *performing*

loan lancar (kolektibilitas 1 atau 2) dihitung per tanggal 29 Februari 2020. Keempat, memiliki NPWP atau mendaftar untuk mendapatkan NPWP. Bagi mereka yang mengambil kredit usaha rakyat (KUR) Super Mikro, yakni pinjaman hingga Rp 10 juta, mendapatkan subsidi bunga paling tinggi 25 persen selama enam bulan. Selanjutnya, bagi debitur KUR mikro kecil menengah (MKM) dengan pinjaman Rp 10 juta hingga Rp 500 juta mendapatkan subsidi bunga atau margin sebesar 6 persen selama tiga bulan pertama dan 3 persen selama tiga bulan berikutnya. Sedangkan debitur KUR MKM dengan pinjaman Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar mendapatkan subsidi bunga atau margin sebesar 3 persen selama tiga bulan pertama dan 2 persen selama tiga bulan berikutnya. Selain itu, debitur dari kelompok ini harus memperoleh restrukturisasi dari penyalur kredit atau pembiayaan. Sedangkan debitur yang memiliki beberapa akad kredit atau pembiayaan kumulatif Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar, subsidi bunga atau subsidi margin diberikan untuk paling banyak satu akad kredit atau pembiayaan pembiayaan.

Bagi debitur kredit ultra mikro (UMi), Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekasar), serta Pegadaian mendapatkan penundaan cicilan pokok dan subsidi bunga selama 6 bulan periode April hingga September 2020. Selanjutnya terdapat pula kebijakan untuk kredit ultra mikro (UMi) berupa relaksasi syarat administratif dan kecepatan pemberian kredit. Penyaluran kredit UMi ini dilakukan secara lebih luas dan dijamin kemudahannya. Mereka yang memiliki pinjaman *online*, koperasi, petani, Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB), Lembaga Pengelola Modal Usaha Kelautan dan Perikanan (LPMUKP), serta UMKM Pemda, mendapatkan relaksasi dengan diberikan subsidi bunga 6 persen selama 6 bulan.

c. Kredit Modal Kerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam mengambil keputusan Pemerintah pertamakali berupa pemberian modal kerja berupa kredit dengan bunga murah melalui penempatan uang negara dalam bentuk deposito dan atau giro pemerintah pada bank umum mitra. Pemerintah menempatkan dana sebesar Rp 30 triliun rupiah di bank umum mitra selama 6 bulan. Penempatan dana pemerintah ini dilakukan untuk mengakselerasi pemberian kredit, khususnya UMKM dan industri padat karya dalam rangka percepatan pemulihan

ekonomi masyarakat kelas bawah. Kebijakan ini diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 70/PMK.05/2020 yang diperbarui dengan PMK Nomor 104/PMK.05/2020. Pemerintah menetapkan empat kriteria bagi bank umum mitra yang akan diberi penempatan dana. Pertama, izin usaha bank umum masih berlaku. Kedua, kegiatan usaha berada di Indonesia dan mayoritas pemilik adalah warga negara/badan hukum Indonesia/pemerintah. Ketiga, tingkat kesehatan minimal komposit 3 yang telah diverifikasi oleh OJK. Keempat, melaksanakan kegiatan perbankan yang mendukung percepatan PEN, yakni ekspansi kredit kepada debitur koperasi-UMKM dan memberikan dukungan pembiayaan kepada lembaga keuangan yang melakukan ekspansi kredit kepada debitur koperasi-UMKM.

Selain itu, bank umum mitra penempatan uang negara dilarang melakukan empat hal. Pertama, menggunakan dana penempatan untuk membeli surat berharga negara (SBN). Kedua, menggunakan dana penempatan untuk transaksi valas. Ketiga, membebankan biaya pelayanan termasuk biaya administrasi. Keempat, memotong/memungut remunerasi yang diperoleh dari penempatan uang negara. Pemerintah juga memberikan penjaminan atas kredit modal kerja pelaku UMKM. Skema penjaminan kredit modal kerja UMKM telah diatur melalui Peraturan Menteri Keuangan Nomor 71/PMK.08/2020. Dalam aturan tersebut, disebutkan bahwa PT Jamkrindo dan PT Askrindo ditugaskan sebagai penjamin. Dalam hal ini, pemerintah memberikan dukungan melalui pembayaran IJP, *loss limit*, juga PMN kepada PT Jamkrindo dan PT Askrindo. Jaminan tersebut diberikan kepada pelaku UMKM yang memenuhi lima kriteria. Pertama, bentuk usaha perseorangan, koperasi, atau badan usaha. Kedua, plafon pinjaman maksimal sebesar Rp 10 miliar dan hanya diberikan kepada satu penerima jaminan. Selanjutnya terhadap nilai pinjaman tersebut dengan jangka waktu 3 tahun serta yang selanjutnya yang ke Empat tidak termasuk daftar hitam keberadaanya. Kelima, memiliki kolektibilitas 1 atau 2 per 29 Februari 2020.

d. Dukungan Pihak lain

Upaya mendorong bagi pelaku usaha UMKM melalui stimulus pemberian insentif PPh final bagi pelaku usaha UMKM ditanggung pemerintah serta bantuan presiden produktif usaha mikro. Pemberian insentif PPh final UMKM dibebankan pada

Pemerintah terhadap PPh dengan tariff 0,5 % (sesuai PP 23/2018). Insentif pajak untuk UMKM ini diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan No. 44/PMK.03/2020 yang diperbarui dengan PMK No. 86/PMK.03/2020 dan PMK No. 110/PMK.03/2020. Dengan stimulus tersebut khusus wajib pajak UMKM maka penghasilan bruto tidak melebihi 4,8 miliar tiap tahun maka tidak perlu membayar. Dengan stimulus tersebut maka bagi wajib pajak pelaku usaha UMKM dengan berpenghasilan Rp. 4.8 milliar per tahun membayar PPh Final 0,5 % dari omzet. Stimulus ini diberikan untuk masa pajak April 2020 sampai Des 2020.

Dukungan UMKM juga dilakukan dengan pemberian banpres produktif usaha mikro (BPUM). Pemerintah memberikan bantuan langsung sebesar Rp 2,4 juta tiap penerima atau sebesar Rp 600 ribu per bulan selama empat bulan. Bantuan ini diberikan kepada 12 juta pelaku usaha mikro yang tidak sedang menerima kredit perbankan. Kriteria penerima BPUM adalah WNI yang memiliki KTP, memiliki usaha mikro yang dibuktikan dengan surat pernyataan dari lembaga pengusul, serta memiliki rekening bank di bank umum. Pada tahap pertama, BPUM diberikan kepada 9.162.486 usaha mikro per 28 Juli 2020. Banpres tersebut disalurkan melalui enam lembaga, yakni PT Pegadaian sebesar 59,37 persen jumlah penerima, Himbara sebesar 32,09 persen jumlah penerima, Dinas Koperasi dan UKM seluruh Indonesia sebesar 5,87 persen jumlah penerima, Gerakan Koperasi sebesar 1,77 persen jumlah penerima, Asbanda sebesar 0,88 persen jumlah penerima, dan Perbarindo sebesar 0,03 persen jumlah penerima.

Selain dukungan pembiayaan, pekerja UMKM terdampak juga didorong memanfaatkan program kartu prakerja. Di dalamnya terdapat bantuan biaya pelatihan sebesar Rp 1 juta, insentif pelatihan sebesar Rp 600 ribu per bulan selama empat bulan, dan insentif survei kebermanfaatan sebesar Rp 50 ribu per survei untuk tiga kali survei. Skema awal program kartu prakerja menargetkan 2 juta orang, yakni para pencari kerja, pekerja atau buruh yang terkena PHK, serta pekerja yang membutuhkan peningkatan kompetensi.⁵ Merespons dampak Covid-19, target penerima manfaat kartu prakerja

⁵ Agusta, L. Terhadap Pengaruh Dalam Pelatihan dan Motivasi Kerja Pada Kinerja para karyawan *Jurnal Agora*, CV. Haragon Surabaya. 2013 Halaman. 1399-1408.

dinaikkan menjadi kurang lebih 5,6 juta orang dengan prioritas pekerja yang ter-PHK serta pelaku UMKM yang terdampak dengan total anggaran Rp 20 triliun.

Indonesia merupakan negara berkembang terbesar di Asia Tenggara dan terbesar. Kegiatan perekonomian di Indonesia mencakup seluruh kegiatan dan kondisi ekonomi Indonesia. Sistem perekonomian yang dianut oleh Indonesia adalah sistem ekonomi Pancasila, yaitu sistem ekonomi yang dijiwai oleh ideology Pancasila yang merupakan usaha bersama berdasarkan kekeluargaan dan kegotongroyongan nasional. Sistem perekonomian adalah sistem yang digunakan oleh suatu negara untuk mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya baik kepada individu maupun organisasi di negara tersebut. Indonesia memiliki potensi pekerbangan perekonomian yang tinggi dan memiliki sejumlah karakteristik yang menempatkan negara ini untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pengertian UMKM adalah sebagai berikut: a. Pertama, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,-. b. Kedua, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- sampai paling banyak Rp 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan ⁶ lebih dari Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2.500.000.000,-. c. Ketiga, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

⁶.Judy Stauss dan Raymond Frost, *E-Marketing Seventh Edition*, New Pearson Education, Inc, New Jersey, 2004, halaman. 17

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,-. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis berdasarkan banyaknya jumlah pekerja, yaitu: 1. Usaha Mikro memiliki jumlah karyawan 10 orang; 2. Usaha Kecil memiliki jumlah karyawan 30 orang; dan Usaha Menengah memiliki jumlah karyawan hingga 300 orang⁷.

e. Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

E-Marketing memiliki cakupan yang lebih luas karena mengacu kepada penggunaan berbagai teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran dan memiliki perspektif internal dan eksternal. *E-marketing* merupakan bagian dari e-business yang berorientasi kepada pelanggan⁸. Menurut Kotler dan Armstrong⁹ menyatakan bahwa e-marketing merupakan upaya perusahaan dalam menginformasikan, mengkomunikasikan dan mempromosikan serta memasarkan produk dan jasanya melalui internet. *E-marketing* adalah proses membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui aktifitas online. Secara singkat, *e-marketing* dapat diartikan sebagai proses pemasaran secara online untuk memasarkan barang dan jasa serta bertujuan untuk membangun, mempertahankan hubungan dan memberikan kepuasan pada pelanggan.

Masih dalam Sumber yang sama¹⁰ Penggunaan *E-Marketing* menjelaskan bahwa penggunaan internet menciptakan peluang baru, peluang bagi para pemasar untuk memasarkan produknya melalui internet. oleh UMKM memudahkan pertukaran

⁷.Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*, Bank Indonesia, Jakarta, 2015, halaman. 13-15

⁸Dave Chaffey, *E-Business and E-Commerce Management*, Pearson Education Limited, England, halaman. 26-29

⁹ Kotler dan Keller, Pengertian E-Marketing menurut Para Ahli, <https://www.kitapunya.net/pengertian-e.marketing-menurut-para-ahli/tanggal> diakses 29-6-2021

¹⁰ *Ibid*

informasi secara instan merangsang efisiensi dan membantu memecahkan masalah sejak tahap awal. Penggunaan social media dinilai memberikan dampak positif terhadap suatu bisnis, khususnya dapat mengurangi biaya pemasaran yang cukup besar dan meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan.¹¹

Peran *e-marketing* pada era digital memungkinkan perusahaan dan setiap individu di dalam perusahaan untuk melakukan *networking* dengan perusahaan lain di seluruh dunia.¹² Penggunaan e-marketing dapat digolongkan menjadi 2 (dua) bagian, yaitu: a) Sumber Penghasilan: Para pelaku usaha melihat adanya gaya hidup masyarakat ditengah perkembangan teknologi dimana penggunaan teknologi seperti smartphone oleh masyarakat semakin meningkat. Hal ini yang kemudian mendorong pelaku usaha untuk menjalankan e-marketing sebagai sumber penghasilan. b) Media Promosi: Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis di era digitalisasi saat ini, promosi tidak hanya dilakukan secara offline namun juga dapat dilakukan secara online. Adapun promosi online merupakan salah satu bentuk dari kegiatan emarketing. Penggunaan internet merupakan salah satu cara yang efektif untuk membangun brand dan menjadikan bisnis dikenal banyak orang.¹³ Selain itu, salah satu bentuk *e-marketing* yang sering adalah *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* ditujukan untuk meningkatkan keuntungan, menjangkau pasar yang lebih luas, membangun relasi dan membangun konsep pasar baru.¹⁴

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mengalami dampak dari Pandemi Covid-19, antara lain penurunan penjualan, kesulitan permodalan, hambatan distribusi

¹¹ Aisyah Nur Afifah, Penerapan Digital Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sektor Kreatif di Indonesia dan Malaysia, *Jurnal Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor*, 2018, halaman. 6

¹² Hermawan Kertajaya, *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kertajaya*, Erlangga, Jakarta, 2010, halaman. 54-55

¹³ Sukmadi, *Inovasi dan Kewirausahaan*, Humaniora Utama Press, Bandung, 2001, halaman. 90-91

¹⁴ Wan Laura Hardilawati, Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10 No. 1, Juni 2020, h. 93, diakses melalui <http://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae>

produk, serta kesulitan bahan baku. Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan dalam rangka memperdayakan UMKM dalam situasi pandemi Covid-19. Terdapat beberapa skema perlindungan UMKM yang dilakukan pemerintah yaitu berupa kebijakan PEN Pemulihan Ekonomi Nasional yang berupa (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku UMKM miskin dan rentan, (b) insentif pajak bagi UMKM; (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (e) menempatkan kementerian BUMN dan pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan (f) pelatihan secara e-learning.

Saran

Menerapkan siklus *Observe, Orientation, Decide, Act (OODA)* dalam memberdayakan UMKM yang terdampak Covid-19 agar tetap bertahan dan bangkit dan *Business Continuity Plan (BCP)* sebagai salah satu manajemen strategis bagi pelaku usaha untuk mengamankan dan mempertahankan bisnisnya di tengah virus corona. Pemerintah dalam memberlakukan kebijakan yang dibuat dalam rangka pencegahan penyebaran covid-19 harus tetap memperhatikan keberadaan pelaku usaha, UMKM sebagai penyangga ekonomi. Meningkatkan pemberian permodalan, mengatur teknis pembiayaan (angsuran) modal pinjaman dan pemasaran, yang membantu UMKM.

DAFTAR BACAAN

- Agusta, L. *Terhadap Pengaruh Dalam Pelatihan dan Motivasi Kerja Pada Kinerja para karyawan Jurnal Agora*, CV. Haragon Surabaya. 2013.
- Amri, A. Dampak terhadap Covid-19 usaha UMKM dindonesia *Jurnal Brand*, 2020.
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah usaha UMKM yang Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2017.
- Aisyah Nur Afifah, Penerapan Digital Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sektor Kreatif di Indonesia dan Malaysia, *Jurnal Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor*, 2018.
- Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*, Bank Indonesia, Jakarta, 2015.
- Dave Chaffey, *E-Business and E-Commerce Management*, Pearson Education Limited, England.
- Hermawan Kertajaya, *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kertajaya*, Erlangga, Jakarta, 2010.

Tersedia di online : <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN : 2580-9113

P-ISSN : 2581-2033

LEX JOURNAL : KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Judy Stauss dan Raymond Frost, *E-Marketing Seventh Edition*, New Pearson Education, Inc, New Jersey, 2004.

Kotler dan Keller (2013), *Pengertian E-Marketing Menurut para ahli*, <https://www.kitapunya.net/pengertian-e-marketing-menurut-para-ahli/>

Satria, D.. *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2011.

Sukmadi, *Inovasi dan Kewirausahaan*, Humaniora Utama Press, Bandung, 2001

Sukirman, *Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan, Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan*, *Jurnal IKRA-ITH, Ekonomi*, Vol4 Nomor 2, Juli 2017.

Wan Laura Hardilawati, *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10 No. 1, Juni 2020, h. 93, diakses melalui <http://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae>