

Strategi Pemulihan Omzet UMKM Pasca Pandemi di Kota Parepare

A. Rio Makkulau Wahyu, Wirani Aisiyah Anwar, Eliza Andriani, St. Hajar Putri

Institut Agama Islam Negeri Parepare
Jl. Amal Bhakti No.8, Bukit Harapan, Soreang, Kota Parepare
E-mail : a.riomakkulau@iainpare.ac.id

Abstrak,

Berkurangnya aktivitas dan mobilitas masyarakat dari adanya kebijakan penanganan pandemi covid-19 ini, telah menghambat laju kegiatan usaha UMKM di kota Parepare. Hal ini berdampak pada penurunan secara drastis omzet pendapatan pelaku usaha UMKM tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menghasilkan beberapa temuan strategi pemulihan omzet UMKM di kota Parepare dengan menggunakan sumber data yang diperoleh dari informan pelaku UMKM dan pihak Pemerintah kota Parepare, dalam hal ini Dinas Perdagangan kota Parepare, serta menganalisis beberapa kajian literatur ilmiah yang membahas persoalan yang sama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan omzet UMKM di kota Parepare sebesar 73,50%, maka dari itu diperlukan suatu strategi pemulihan omzet yang segera dapat dilakukan, diantaranya melalui strategi ketenagakerjaan, strategi produksi, strategi keuangan, dan strategi pemasaran. Inilah alternatif strategi yang dapat diterapkan bagi pelaku UMKM di kota Parepare dalam pemulihan omzet setelah wabah pandemi covid-19 berlalu.

Kata Kunci: Strategi, Omzet, Pemulihan, UMKM, Pasca Pandemi

Abstract,

Reduced community activity and mobility due to the policy for handling the Covid-19 pandemic, has hampered the pace of MSME business activities in the city of Parepare. This has had an impact on a drastic decrease in the income turnover of these MSME business actors. This study uses a qualitative approach with the aim of producing some findings on the MSME turnover recovery strategy in the city of Parepare by using data sources obtained from informants from MSME actors and the Parepare city government, in this case the Parepare City Trade Office, as well as analyzing several scientific literature studies that discuss same problem. The results of this study indicate that there has been a decrease in MSME turnover in the city of Parepare by 73.50%, therefore a turnover recovery strategy is needed that can be implemented immediately, including through employment strategies, production strategies, financial strategies, and marketing strategies. This is an alternative strategy that can be applied to MSME players in the city of Parepare in recovering turnover after the Covid-19 pandemic has passed.

Keywords: Strategy, Turnover, Recovery, MSMEs, Post-Pandemic

PENDAHULUAN

Indonesia telah sampai pada perayaan 77 tahun kemerdekaan pada 17 Agustus 2022 kemarin. Bangsa ini telah banyak mengalami perubahan dan perkembangan sejak bapak proklamator Ir. Soekarno dan Mohammad Hatta berdiri tegak dengan lantang menyuarakan kemerdekaan bangsa Indonesia dihadap dunia. Begitupun saat sekarang ini, sosok presiden RI Ir. H. Joko Widodo pada perayaan kemerdekaan kemarin dengan bersemangat menyampaikan tema yang diusung dalam HUT ke-77 RI dengan bersama-sama pulih lebih cepat dan bangkit lebih kuat.

Sejak Pandemi melanda Indonesia, maka berbagai kebijakan pemerintah dibuat untuk menekan peningkatan wabah tersebut, mulai dari kebijakan bekerja dari rumah, menjaga jarak, hingga pemberlakuan PSBB. Tentu hal ini akan berdampak pada perekonomian bangsa yang semakin menurun dan melemah, begitupun yang dirasakan pelaku UMKM di Indonesia. Berkurangnya aktivitas dan mobilitas masyarakat dari kebijakan tersebut telah menghambat kegiatan usaha UMKM. Situasi krisis ini membuat lesu sektor UMKM di Indonesia yang menurunkan pendapatan harian mereka secara signifikan (Jufra, 2020).

Selama Pandemi di Indonesia telah tercatat sekitar 68% UMKM hadapi kendala kegiatan usaha, 65% menyudahi produksinya, 3% mengalami kebangkrutan, 48.3% UMKM hadapi kesusahan menjaga rute cadangan, 92.6% menginginkan pinjaman restrukturisasi, serta 26.6% hadapi permasalahan arus kas yang menyebabkan pinjaman bertambah. Pelaku UMKM *yang* berhasil bertahan mengalami penurunan dan kehilangan sebagian besar omset, dan sekitar 28% kehabisan separuh dari omset mereka (Gunadi et al., 2022). Hal ini tentu juga dirasakan pelaku UMKM di kota Parepare, dari data pemkot Parepare yang disampaikan oleh Basuki Busrah selaku kepala bagian Ekonomi Setdako Parepare telah tercatat pelaku UMKM di Parepare mengalami penurunan omset akibat terdampak Pandemi ini (Parepare, 2020).

Pernyataan tersebut menunjukkan kekhawatiran dan komitmen pemerintah kota Parepare dalam memperbaiki kondisi sektor UMKM yang terdampak selama pandemi terjadi, Pemerintah kota Parepare ingin segera melakukan langkah-langkah yang tepat untuk memulihkan sektor UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Pemerintah kota Parepare berkomitmen untuk mendukung pengembangan UMKM sebagai bagian dari upaya untuk mendorong pemerataan pembangunan. Pemerintah kota Parepare akan fokus pada pemulihan ekonomi berkelanjutan dan mempercepat pengembangan sektor UMKM. Tujuan ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya UMKM dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal (Suaraya, 2022).

Salah satu pelaku UMKM di kota Parepare yang mengalami penurunan omset selama Pandemi ini yakni UMKM Irennuang, tercatat keuntungan yang didapat mengalami penyusutan penjualan Rp.35 juta turun menjadi 34% serta keseluruhan keuntungan sebesar Rp.14 juta turun menjadi 27.7% pada tahun 2 tahun terakhir (Ayu Frihatni et al., 2022). Dari data tersebut maka dipahami bahwa Pandemi covid-19 mengakibatkan terjadi penurunan omset pelaku UMKM di kota Parepare.

UMKM di kota Parepare pasca wabah covid-19 telah berjuang keras dalam mempertahankan usaha mereka mulai dari peningkatan layanan secara online dan pemilihan strategi bisnis yang terus dikembangkan. Jika melihat peran UMKM dalam membangun perekonomian bangsa, dari informasi Departemen Koperasi serta UKM, total UMKM menggapai 64.19 juta dengan kontribusi kepada PDB sebesar 61.97% ataupun senilai 8 ribu triliun rupiah. Kontribusi UMKM dengan mengambil andil penyedia lapangan pekerjaan 97% dan menghimpun dan hingga 60.4% dari keseluruhan permodalan. UMKM mempunyai partisipasi besar kepada PDB ialah 61,97% dari keseluruhan PDB nasional ataupun sebanding dengan Rp.8 ribu triliun pada tahun 2020. Banyaknya UMKM yang tersebar di Indonesia sangat membantu dalam penyerapan tenaga kerja lokal, alhasil UMKM berperan besar dalam penguatan ekonomi kedepannya. Sektor UMKM juga berkontribusi dalam penyerapan kredit di tahun 2018 sebesar lebih Rp.1 triliun (Investasi/BKPM, 2022).

Inilah menjadi penting melihat begitu besar peran UMKM dalam memperkuat perekonomian Indonesia, karena itulah kerjasama antara Pemerintah dan para pelaku UMKM khususnya di Parepare untuk dapat bersinergi membangun dan memperkuat kegiatan ekonomi yang berdampak pada kelanjutan pembangunan daerah kedepannya, maka dari itu pemilihan strategi pemulihan Omzet UMKM di kota Parepare menjadi penting untuk dikaji/diteliti tentunya.

TINJAUAN TEORITIK

Teori penawaran dan permintaan/*supply and demand*, dimana teori ini menjelaskan hubungan antara penawaran dan permintaan dalam pasar. Dalam konteks UMKM, pemulihan omzet dapat dicapai dengan memahami perubahan dalam permintaan pasar dan menyesuaikan penawaran produk atau layanan UMKM sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Misalnya, UMKM dapat melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi tren dan preferensi baru, serta mengadaptasi strategi pemasaran dan produk mereka untuk memenuhi permintaan tersebut (Mankiw, 2014).

Teori inovasi, dimana teori ini menekankan pentingnya inovasi dalam mengembangkan dan memperluas pasar UMKM. Pemulihan omzet dapat dicapai melalui

inovasi dalam produk, proses produksi, dan model bisnis. UMKM dapat mengembangkan produk atau layanan baru yang unik atau meningkatkan kualitas produk yang ada untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain itu, UMKM juga dapat mencari cara baru untuk mengoptimalkan proses produksi, mengurangi biaya, dan meningkatkan efisiensi (Tidd, J., & Bessant, 2018).

Teori pemasaran dan branding, dimana teori ini berfokus pada strategi pemasaran dan branding untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Melalui strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan omzet (Kotler, P., & Keller, 2016).

Teori jaringan dan hubungan pelanggan, dimana teori ini menekankan pentingnya membangun jaringan dan hubungan pelanggan yang kuat dalam meningkatkan omzet UMKM. Membangun relasi yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan komunitas lokal dapat membantu dalam meningkatkan omzet melalui rekomendasi, pelanggan setia, dan kolaborasi bisnis (Håkansson, H., & Snehota, 1995).

Potensi yang dimiliki UMKM untuk berkembang sangat besar, pasar dan bahan baku yang mudah ditemukan adalah variabel yang menjadi indikator pengembangan usaha kecil tersebut. Meski demikian, perkembangan tersebut harus diiringi dengan pengelolaan manajemen yang profesional sehingga kegagalan dapat diminimalkan (Putra, 2016).

Peluang UMKM sebagai usaha yang potensial diantaranya: Berperan sebagai penyerap tenaga kerja yang diperkirakan penyerapannya sampai di angka 50%. Peluang untuk memiliki segmen usaha yang unik dan berbeda dari pesaing. Peluang berinovasi dan pemanfaatan segmen pasar yang belum terisi. Dapat dijalankan dengan manajemen sederhana yang fleksibel terhadap perubahan pasar. Pengembangan UMKM yang pesat tidak luput dari tantangan yang mendesak untuk dicarikan jalan keluar.

Tantangan tersebut antara lain (Amalia et al., 2012): Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, utamanya dalam bidang manajemen dan pembukuan. Keterbatasan dalam distribusi atau memasarkan produk karena produsen yang lebih fokus pada proses produksi. Keterbatasan dalam membangun kepercayaan atau *trust* kepada konsumen. Minimnya bimbingan dari pemerintah maupun dari produsen sendiri. Keterbatasan dalam pengembangan usaha karena minimnya sumber pembiayaan.

Inovasi dan kreativitas yang kurang serta minimnya kemampuan membaca peluang menjadi titik lemah pada pengembangan UMKM. Selain itu juga strategi pemasaran, sistim jaringan dan promosi serta pendanaan sering kali membuat UMKM tidak mampu bersaing dalam pendistribusian produknya di pasaran.

Adanya pandemi ini berdampak pada tidak stabilnya laju pertumbuhan ekonomi Indonesia (Pakpahan, 2020). Akibatnya masyarakat mengalami kesulitan mencari pekerjaan, kesulitan memenuhi kebutuhan hidup mereka dikarenakan tidak adanya sumber penghasilan maupun pekerjaan yang mereka dapatkan yang berimbas pada sektor ekonomi (Hidayat et al., 2021). Hingga di tahun 2020, sekitar 37 ribu UMKM berdampak buruk dari adanya pandemi ini. Dari data yang ditemukan bahwa. Pelaku usaha UMKM mengalami penurunan omzet karena daya beli masyarakat berkurang sehingga penjualan mereka mengalami penurunan dari biasanya, sulitnya menemukan tambahan modal usaha, terhambatnya jalur distribusi produk, dan sulitnya menemukan bahan baku dalam melanjutkan usaha mereka.

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menghasilkan temuan strategi pemulihan Omzet UMKM di kota Parepare. Subjek penelitian ini mencari strategi pemulihan UMKM yang tepat diperoleh dari hasil wawancara pelaku UMKM di Parepare dan Pihak Pemerintah kota Parepare, dengan memfokuskan pada temuan-temuan dalam kebijakan yang dapat diambil pemerintah dalam strategi pemulihan Omzet UMKM serta merumuskan masukan dari informan pelaku UMKM di Parepare. Sumber data yang digunakan yakni data primer berasal dari informan langsung melalui wawancara pelaku UMKM yang terdata dalam dinas tenaga kerja dan perdagangan kota Parepare serta pihak Pemerintah kota Parepare dalam hal ini Dinas Perdagangan kota Parepare melalui pengumpulan data dengan wawancara kepada informan langsung (UMKM sektor kuliner atau pelaku usaha makanan dan minuman di kota Parepare) serta melakukan diskusi terfokus (Suwendra, 2018) mengenai strategi pemulihan omzet UMKM. Kemudian data sekunder yang bersumber dari berbagai *literatur ilmiah* yang membahas persoalan yang sama.

Adapun alasan pemilihan sektor kuliner UMKM di kota Parepare dengan pertimbangan bahwa sektor inilah yang menunjukkan penurunan omzet yang sangat drastis akibat adanya pandemi tersebut. Adanya aturan atau kebijakan mengenai pembatasan sosial maupun *lockdown* di sebagian wilayah di Parepare dengan tujuan untuk mengendalikan penyebaran virus di tempat umum/keramaian, hal ini menyebabkan penutupan restoran, kafe, dan tempat makan lainnya. Kemudian penurunan konsumsi dan perubahan pola makan, sehingga menyebabkan banyak orang mengurangi pengeluaran mereka, termasuk pengeluaran untuk makan di luar, juga perubahan pola makan seperti bekerja dari rumah dan pembatasan perjalanan juga berkontribusi pada penurunan konsumsi di sektor kuliner. Selanjutnya mengenai ketidakpastian dan rasa aman konsumen, selama pandemi terjadi menciptakan ketidakpastian dan kekhawatiran kesehatan di kalangan konsumen. Hal ini

menyebabkan banyak orang merasa enggan untuk makan di luar atau mengunjungi tempat-tempat umum, termasuk warung makan. Tingginya kekhawatiran akan penularan virus membuat beberapa orang lebih memilih untuk memasak di rumah daripada makan di luar.

Adapun tahapan penelitian ini mulai dari membangun kerangka konseptual model pemulihan omzet UMKM, kemudian merumuskan permasalahan yang dikaji, pemilihan sampel dan pembatasan informan yang dituju, penggunaan instrumen penelitian yang cocok, pengumpulan data dari informan dan sumber referensi terkait, kemudian menganalisis data yang terkumpul, lalu membuat matriks rumusan model pemulihan omzet UMKM yang cocok, dan tahapan terakhir yakni pengujian kesimpulan (Miles, 1992), atas temuan peneliti mengenai kebijakan yang tepat dalam pemulihan omzet UMKM di Parepare.

Adapun validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan diskusi maupun mendengar penilaian pakar sehingga hasil penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan melalui triangulasi data dengan tiga tahapan yakni sumber, teknik, dan waktu (Bungin, 2017). Juga dilakukan diskusi dengan teman sejawat mengenai hasil temuan yang didapatkan. Dengan teknik analisis data bersifat induktif menggunakan paradigma interpretatif dengan mendeskripsikan situasi sosial, interaksi, peran tindakan objek penelitian khususnya pelaku UMKM di Parepare dalam pemilihan strategi pemulihan bisnis mereka selama Pandemi covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemulihan Omzet UMKM di Kota Parepare

Dari data yang diperoleh peneliti terkait omzet UMKM di kota Parepare untuk sektor kuliner, sebanyak 20 pelaku usaha yang mengalami penurunan omzet secara drastis akibat wabah pandemic covid-19. Hal tersebut dapat dilihat pada uraian tabel 1.

Dari data tabel tersebut dapat dipahami bahwa pelaku UMKM Parepare untuk sektor kuliner mengalami penurunan omzet penjualan yang sangat besar, dari hasil rata-rata penurunan omzet mencapai angka 73,50%. Hal ini sangat berdampak kepada laju perekonomian yang ada di kota Parepare, melihat banyaknya pelaku usaha yang mengalami penurunan penjualan selama wabah pandemi ini. Untuk itulah diperlukan suatu strategi terbaik dalam pemulihan omzet bagi pelaku UMKM di kota Parepare.

Tabel 1. Omzet Pelaku UMKM Parepare

No	Sub Klasifikasi UMKM Sektor Kuliner	Pelaku UMKM	Omzet Tahun 2019	Omzet Tahun 2020	Penurunan Omzet
1	Nasi Kuning, Kue	A. Wulan	Rp. 120.000.000	Rp. 36.000.000	70%
2	Kue	Lidwina	Rp. 50.000.000	Rp. 20.000.000	60%
3	Lauk Pauk	Zahrah	Rp. 60.000.000	Rp. 15.000.000	75%
4	Minuman Dingin	Rio	Rp. 100.800.000	Rp. 20.160.000	80%
5	Risol, Kue	Citra	Rp. 45.000.000	Rp. 12.600.000	72%
6	Kue Bolu	Eka	Rp. 40.000.000	Rp. 12.000.000	70%
7	Roti Bakar	Mas Riko	Rp. 60.000.000	Rp. 21.000.000	65%
8	Sosis Bakso Bakar	Agung	Rp. 80.000.000	Rp. 17.600.000	78%
9	Martabak	Hasnah	Rp. 72.000.000	Rp. 8.640.000	88%
10	Minuman Dingin	A. Selvi	Rp.110.000.000	Rp. 19.800.000	82%
11	Lauk Pauk	Hana	Rp. 67.000.000	Rp. 13.400.000	80%
12	Bakso Bakar	Mas Yoyok	Rp. 50.000.000	Rp. 17.500.000	65%
13	Lauk Pauk	Fikram	Rp. 65.000.000	Rp. 13.000.000	80%
14	Minuman Dingin	Nelda	Rp. 90.000.000	Rp. 27.000.000	70%
15	Telur Gulung	Mas Rahim	Rp. 35.000.000	Rp. 14.000.000	60%
16	Tahu Walik	Inggit	Rp. 67.000.000	Rp. 10.500.000	85%
17	Minuman Dingin	Akmal	Rp. 120.000.000	Rp. 30.000.000	75%
18	Telur Gulung	Dilla	Rp. 130.000.000	Rp. 26.000.000	80%
19	Lauk Pauk	Eno	Rp. 69.000.000	Rp. 24.150.000	65%
20	Bakso Bakar	Mas Holil	Rp. 35.000.000	Rp. 10.500.000	70%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Dari beberapa hasil penelitian yang membahas strategi pemulihan UMKM pasca pandemi, ada beberapa alternatif disebutkan dalam strategi tersebut. Misalnya penelitian oleh W. Widiastuti bahwa strategi pemulihan ekonomi di Sektor UMKM di Jawa Tengah dengan memanfaatkan kekuatan berupa UMKM penghasil barang konsumsi dan pelayanan akan kebutuhan masyarakat dan peluang berupa pembukaan kembali pusat komersial dan pariwisata. Kebijakan yang menjanjikan dalam jangka pendek meliputi: Modal/pembiayaan fasilitasi pembelian bahan baku agar UMKM kembali berproduksi, fasilitasi pemulihan fungsi dan pengurangan risiko produksi, pembiayaan, dan pemasaran. Memfasilitasi akses ke pembiayaan, produksi, dan pemasaran. Strategi jangka menengah meliputi: Pemetaan yang unggul, produk UMKM dan potensi pasar, mendorong diversifikasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini. Strategi jangka panjangnya adalah pengembangan ekosistem kewirausahaan UMKM dengan pendekatan multi-stakeholder dan pengembangan kreativitas desa berbasis sumber daya alam dan budaya lokal (Widiastuti et al., 2021).

Kemudian penelitian oleh Supari menemukan bahwa digitalisasi UMKM berdampak positif dan substansial terhadap ketahanan. UMKM yang telah ditransformasikan secara digital selama lebih dari satu tahun memiliki kemungkinan ketahanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang tidak pernah mendigitalkan atau terlambat mengadopsi. Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya harus mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi sebagai strategi bertahan di masa krisis dengan menawarkan pelatihan, dukungan infrastruktur, dan kolaborasi dalam ekosistem digital. Akhirnya, temuan kami menunjukkan bahwa strategi BRI yang menekankan PEN dalam bentuk pinjaman baru dan kombinasi intervensi telah memainkan peran penting dalam memperkuat ketahanan UMKM Indonesia (Supari & Anton, 2022).

Kemudian penelitian Wastam Wahyu Hidayat menemukan bahwa berdasarkan penelitian zona UMKM di Indonesia hadapi akibat dari COVID-19 merupakan penyusutan pemasaran, kesusahan investasi, halangan penyaluran produk, serta kesusahan materi dasar produksi. Dorongan bantuan sosial untuk UMKM, insentif pajak, relaksasi serta restrukturisasi angsuran, ekspansi pembiayaan modal kegiatan UMKM, serta Penataran e-commerce dengan mensupport kebijakan pemerintah sebagian suatu strategi jangka pendek yang mesti ditangani segera dan mendorong kerjasama pemerintah dengan korporasi dalam pemberdayaan UMKM (Hidayat et al., 2021).

Kemudian penelitian Waidi Adeniyi Akingbade menemukan bahwa adanya pandemi ini ialah ancaman bagi pertumbuhan pelaku UMKM. Direkomendasikan bahwa UMKM harus memulai pemotongan biaya untuk bertahan dari Covid-19 dan selanjutnya, mereka harus merangkul respon manajemen krisis, keuangan dan likuiditas, operasi dan rantai pasokan, menentukan dan mengaktifkan rencana kelangsungan bisnis, memantau implementasi untuk meningkatkan kelangsungan hidup mereka dan menyesuaikan kembali pendekatan respon mereka terhadap perubahan lingkungan (Adeniyi Akingbade, 2021).

Kemudian penelitian Supari menemukan bahwa UMKM menempuh beberapa strategi agar usahanya tetap berjalan, antara lain melalui tahapan diantaranya: Mencari pasar baru, memberikan potongan harga/rabat, memberikan bonus pembelian, diversifikasi produk, mencari pemasok/bahan baku lain yang lebih murah, pembelian bahan baku dengan pembayaran jatuh tempo, mengurangi sebagian tenaga kerja, mengubah cara pembayaran upah, mengajukan keringanan angsuran kredit, meminta penundaan pembayaran kredit, meminta keringanan bunga (Widiastuti et al., 2021).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut digambarkan bahwa untuk strategi pemulihan omzet UMKM khususnya di kota Parepare ada beberapa strategi yang dapat diterapkan. Dari hasil wawancara peneliti terhadap pelaku UMKM dan pihak pemerintah khususnya pada dinas tenaga kerja dan perdagangan kota Parepare. Ditemukan beberapa strategi yang dapat

diterapkan bagi pelaku UMKM tersebut, diantaranya: Strategi ketenagakerjaan, strategi produksi, strategi keuangan, dan strategi pemasaran.

Strategi ketenagakerjaan yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM di Parepare dengan mengurangi jumlah tenaga kerja/karyawan yang digunakan, sebab penurunan omzet diakibatkan penurunan permintaan konsumen akan barang yang dijual. Penurunan permintaan akan makanan dan minuman pada sektor kuliner UMKM di kota Parepare mengakibatkan penyediaan barang yang dijual menjadi berkurang, banyaknya karyawan akan berbanding terbalik dengan permintaan barang (makanan dan minuman), sehingga menyebabkan kelebihan biaya operasional bagi pelaku usaha, langkah yang ditempuh dalam masalah ini dengan mengurangi atau memangkas karyawan yang ada. Sebab terjadi penurunan kunjungan pelanggan dikarenakan adanya aturan pembatasan perjalanan, pembatasan kapasitas tempat makan, dan kekhawatiran akan penyebaran virus telah mengurangi jumlah pelanggan yang datang ke tempat makan/sektor kuliner. Hal ini berdampak pada pengurangan penjualan dan pendapatan UMKM Parepare sektor kuliner. Dengan mengurangi jumlah karyawan/tenaga kerja maka biaya pengeluaran maupun operasional akan berkurang, sebab biaya gaji untuk karyawan tidak lagi dibayarkan. Dana yang tadinya digunakan untuk gaji karyawan dapat digunakan untuk *cost saving*/penghematan biaya usaha, bila mana usaha terkendala pada pembelian bahan baku jualan, maka dapat mengambil dana tersebut untuk keberlangsungan usaha UMKM tersebut.

Strategi Produksi yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM di Parepare dengan tetap berkomitmen menjaga kualitas dan higienis produk yang ditawarkan kepada konsumen, senantiasa melakukan inovasi akan produk yang dijual, terlebih di masa pandemi tetap konsisten pemilihan bahan baku yang berkualitas agar cita rasa produk yang dijual tetap terjaga. Penyesuaian kapasitas produksi bagi pelaku usaha UMKM kota Parepare harus diperhatikan dengan menyesuaikan kapasitas produksi mereka untuk mengakomodasi penurunan permintaan pasar yang terjadi selama pandemi. Kemudian dalam produksi dan kegiatan usaha tetap memperhatikan kebersihan dan protokol kesehatan, dimana UMKM di kota Parepare harus menerapkan protokol kebersihan yang lebih ketat untuk melindungi kesehatan pelaku usaha, karyawan, dan pelanggan/konsumen. Pelaku usaha di kota Parepare dapat juga melakukan kolaborasi dan inovasi akan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Untuk bertahan selama pandemi, beberapa UMKM di kota Parepare telah berkolaborasi dengan pelaku usaha lain atau melakukan inovasi dalam produk atau layanan mereka. Mereka dapat melakukan kerja sama dengan pemasok lokal, memperkenalkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar selama pandemi, atau mengubah proses produksi mereka untuk memproduksi barang yang lebih relevan. Beberapa langkah pemerintah kota Parepare dalam upaya membangun pengembangan pelaku UMKM yang

terkena dampak tersebut, diantaranya melakukan pelatihan *branding product* yang diselenggarakan Pemkot Parepare melalui dinas tenaga kerja dengan tujuan untuk meningkatkan *value added*/meningkatkan potensi pelaku usaha (bagaimana memperluas area penjualan, bagaimana membuka akses penjualan, dan bagaimana mereka bisa belajar mekanisme dan standarisasi produk yang dijual dipasaran) bagi UMKM yang ada di kota Parepare. Dimana pemerintah kota Parepare menyediakan program pelatihan dan konsultasi gratis untuk membantu pelaku usaha meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka.

Strategi Keuangan yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM di Parepare dengan melihat kondisi pandemi tersebut, tentunya hal ini akan berdampak pada penurunan omzet penjualan, sehingga modal yang digunakan akan berkurang, bahkan habis sama sekali. Untuk itulah strategi dalam mengatasi keterbatasan permodalan bagi UMKM di kota Parepare ini dengan adanya bantuan modal usaha bagi UMKM di kota Parepare yang terdampak pandemi dengan bersinergi bersama pemerintah kota Parepare dan pihak perbankan dalam memberikan bantuan modal usaha, baik itu berupa bantuan langsung tunai usaha/BLT UMKM dari pemerintah kota Parepare, dan bantuan modal produktif usaha dari pihak perbankan, dalam Ekonomi Islam yang dikenal dengan istilah hibah dan mudharabah (konsep pembiayaan syariah melalui akad mudharabah yang nantinya akan terjadi bagi hasil dari usaha tersebut).

Bentuk upaya pemerintah kota Parepare dalam membantu pelaku usaha UMKM di kota Parepare berupa sarana dan prasarana yang dibutuhkan mereka. Untuk permodalan sendiri pelaku usaha diberikan bantuan modal tunai usaha/BLT atau program bantuan produktif UMKM untuk menjaga produktifitas pelaku usaha selama pandemik Covid-19. Setidaknya Rp. 4 Milyar lebih, telah tersalurkan kepada pelaku usaha UMKM di kota Parepare yang mendapatkan bantuan/hibah modal tersebut selama tahun 2021. Dalam ekonomi Islam bantuan usaha dari pemerintah kota Parepare secara cuma-cuma atau gratis disebut hibah. Konsep hibah dalam ekonomi Islam didasarkan pada prinsip kebaikan, keadilan, dan kepedulian sosial, dimana program yang diselenggarakan oleh pemerintah untuk memberikan dukungan kepada pelaku usaha dalam bentuk bantuan finansial atau non-finansial tanpa meminta imbalan atau pembayaran balik. Bantuan semacam ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan sektor usaha, khususnya bagi mereka yang membutuhkan dorongan ekstra dalam memulai atau mengembangkan usaha mereka. Pemerintah memberikan bantuan berupa hibah yang tidak perlu dikembalikan kepada pelaku usaha. Hibah ini dapat digunakan untuk modal usaha, pengadaan peralatan, pelatihan, atau keperluan lain yang berhubungan dengan pengembangan usaha khususnya pelaku UMKM di kota Parepare.

Ditahun sebelumnya (tahun 2019) pemerintah kota Parepare telah menyalurkan bantuan berupa sarana dan prasarana untuk pelaku usaha UMKM, misalnya bantuan berupa etalase, gerobak, alat servis elektronik, mesin jahit, usaha kue, perbengkelan, usaha sablon, pengrajin kursi, katering, es jus, salon, aneka kripik, dan usaha lainnya. Disamping itu juga pemerintah kota Parepare telah bekerjasama dengan pihak perbankan untuk membantu pelaku UMKM yang terkendala modal dan pengembangan usaha selama pandemik Covid-19.

Pemerintah kota Parepare telah bermitra dengan pihak perbankan yang ada di kota Parepare dengan berkomitmen dan berkontribusi bersama dalam peningkatan perekonomian pelaku UMKM yang terdampak pandemik Covid-19 dengan menyalurkan bantuan modal dan pengembangan usaha, salah satunya melalui program Kredit Usaha Rakyat/KUR yakni program bantuan modal dari pemerintah yang ditujukan khusus untuk UMKM. KUR memberikan akses kepada UMKM untuk mendapatkan pinjaman dengan suku bunga rendah dan persyaratan yang lebih fleksibel. Program penyediaan modal melalui Bank, dimana pemerintah dapat bekerjasama dengan bank-bank untuk menyediakan fasilitas pinjaman dengan suku bunga rendah atau tanpa bunga kepada UMKM yang terdampak pandemik, bentuk bantuan ini dapat berupa restrukturisasi pinjaman, penundaan pembayaran, atau pembebasan bunga.

Kemudian program subsidi bunga, dimana pemerintah dapat memberikan subsidi bunga kepada UMKM yang mengajukan pinjaman kepada bank, subsidi bunga ini akan mengurangi beban bunga yang harus dibayar oleh UMKM, sehingga mempermudah akses modal dan meringankan beban finansial. Kemudian program dana bergulir, dimana pemerintah dapat mengalokasikan dana bergulir khusus untuk UMKM yang terdampak pandemik, dana tersebut dapat digunakan untuk memberikan modal usaha kepada UMKM melalui program pinjaman dengan suku bunga rendah atau tanpa bunga. Hal tersebut telah dirasakan pelaku UMKM yang ada di kota Parepare melalui kerja sama pemerintah kota dan pihak perbankan yang ada di kota Parepare (Bank BRI Cabang Parepare) dalam membangun dan memajukan pelaku usaha UMKM di kota Parepare.

Pihak perbankan syariah juga terlibat dalam program tersebut yakni Bank Syariah Indonesia (BSI) kota Parepare memberikan bantuan modal usaha kepada pelaku usaha UMKM yang ada di kota Parepare dalam bentuk KUR. KUR BSI adalah singkatan dari Kredit Usaha Rakyat Bank Syariah Indonesia. KUR BSI adalah program pinjaman yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada pelaku UMKM dengan prinsip-prinsip syariah. Program ini menyediakan akses pembiayaan yang lebih mudah dan terjangkau bagi UMKM untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan usaha. KUR BSI memiliki persyaratan dan ketentuan khusus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang melarang riba dan kegiatan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah lainnya. Melalui KUR BSI, pelaku UMKM

memperoleh pinjaman tanpa bunga dan riba, karena mekanisme bunga KUR 6% diganti dengan margin keuntungan dengan akad ijarah, murabahah, dan MMQ/Musyarakah Mutanaqisah Qardh.

Strategi Pemasaran yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM di Parepare dengan mengembangkan potensi diri dalam penggunaan teknologi informasi, menggunakan sosial media dalam memasarkan produk kepada konsumen, terlebih saat kondisi pandemi, kemampuan beradaptasi pelaku UMKM sangat berdampak pada keberlangsungan usaha tersebut, sebab penggunaan media promosi melalui sosial media yang berdampak besar dan menekan biaya promosi barang yang cukup menyita cost, dengan biaya murah melalui platform media sosial misalnya melalui platform aplikasi GoFood, GrabFood, Facebook marketplace, Instagram, TikTok, WhatsApp, dan lainnya sehingga jangkauan konsumen jauh lebih luas. Dengan melakukan penyesuaian model bisnis bagi pelaku UMKM di kota Parepare selama pandemik yakni beralih ke penjualan online atau layanan pengiriman untuk tetap menjaga akses ke pasar dan konsumen/pelanggan dengan melibatkan investasi dalam platform digital, situs web, atau platform e-commerce yang tersedia. Program pemerintah kota Parepare dalam upaya memasarkan produk pelaku UMKM dengan menyediakan tempat kuliner, memfasilitasi pelaku UMKM dengan *box container* jualan, mengikutkan serta memasarkan produk pelaku UMKM pada setiap event/kegiatan Parepare Fair dengan menyediakan *tenant* untuk pelaku UMKM Parepare. Pemerintah kota Parepare juga telah membuat lokasi pelataran kawasan untuk dunia usaha UMKM, serta membuat lokasi wisata religius sebagai bentuk penguatan dan pengembangan pelaku usaha UMKM yang ada di kota Parepare.

KESIMPULAN

Pandemi covid-19 ini berdampak pada tidak stabilnya laju pertumbuhan ekonomi di kota Parepare yang dirasakan oleh pelaku usaha, hal ini dapat dilihat dari penurunan omzet yang sangat drastis dialami pelaku usaha UMKM di kota Parepare, data menunjukkan angka 73,50% penurunan omzet bagi pelaku usaha tersebut. Maka dari itu diperlukan suatu strategi dalam mengatasi hal tersebut agar roda perekonomian dan keberlangsungan pelaku usaha UMKM di kota Parepare dapat terus berjalan, ada beberapa strategi pemulihan omzet bagi pelaku UMKM di kota Parepare yang perlu diterapkan segera, diantaranya melalui strategi ketenagakerjaan dengan mengurangi jumlah karyawan yakni pelaku usaha yang ada di kota Parepare dapat melakukan pemangkas tenaga kerja demi menekan biaya pengeluaran untuk mengaji karyawan. Melalui strategi produksi diharapkan pelaku usaha UMKM di kota Parepare tetap menjaga kualitas, higienis, dan inovasi produk

yang ditawarkan untuk menjaga loyalitas konsumen mereka. Strategi keuangan dengan adanya bantuan modal usaha bagi UMKM di kota Parepare yang terdampak pandemi dengan bersinergi bersama pemerintah kota Parepare dan pihak perbankan dalam memberikan bantuan modal usaha, baik itu berupa bantuan langsung tunai usaha/BLT UMKM dari pemerintah kota Parepare, dan bantuan modal produktif usaha dari pihak perbankan, dalam Ekonomi Islam yang dikenal dengan istilah hibah dan mudharabah. Kemudian strategi pemasaran melalui pengembangan potensi pelaku usaha UMKM yang ada di kota Parepare melalui pelatihan dan konsultasi dalam penggunaan dan pemanfaatan sosial media dalam pemasaran produk agar jangkauan konsumen yang diperoleh jauh lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeniyi Akingbade, W. (2021). Covid-19 Pandemic Challenges To Micro, Small and Medium Enterprises in Nigeria: Strategic Options for Survival. *Acta Economica*, 19(34), 153–167. <https://doi.org/10.7251/ace2134153a>
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiarmo, A. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1, 1–12.
- Ayu Frihatni, Sudirman, I., & Mandacan, F. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Umkm Dan Strategi Bisnisnya: Studi Kasus Umkm Irrenewable Parepare Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 759–763. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/2388>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Press.
- Gunadi, A. D., Lesmana, H., Fachrizah, H., & ... (2022). Dealing with the COVID-19 Pandemic in Indonesia: MSMEs' Coping Strategy, Recovery Path, and Business Transformation. *Jurnal Ekonomi ...*, 11(1), 25–62. <https://jurnal.isei.or.id/index.php/isei/article/view/195%0Ahttps://jurnal.isei.or.id/index.php/isei/article/download/195/57>
- Håkansson, H., & Snehota, I. (1995). *Developing Relationships in Business Networks*.
- Hidayat, W. W., Seohardi, Prasetyo, E. T., & Husadha, C. (2021). Implications of Covid-19 Pandemic on MSMEs to Economy, Society: Case in the Country of Indonesia. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 12(4), 10–18.
- Investasi/BKPM, K. (2022). *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*. Kementerian Investasi/BKPM. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Jufra, A. A. (2020). *Studi Pemulihan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sulawesi Tenggara*. 9(June), 116–131.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Miles, M. B. H. A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif; Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UI Press.
- Pakpahan, A. K. (2020). *COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

- 20(April). <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.voio.3870.59-64>
- Parepare, H. kota. (2020). *Pemkot Parepare Data UMKM Terdampak Covid-19*. Humas Kota Parepare. <https://humas.pareparekota.go.id/2020/07/24/pemkot-parepare-data-umkm-terdampak-covid-19/>
- Putra, A. H. (2016). *Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora*.
- Suaraya. (2022). *Tahun Pemulihan Ekonomi Berkelanjutan, Pemkot Parepare Komitmen Dukung Pengembangan UMKM*. Suarayanews.Com. <https://suaraya.news/2022/01/06/tahun-pemulihan-ekonomi-berkelanjutan-pemkot-parepare-komitmen-dukung-pengembangan-umkm/>
- Supari, S., & Anton, H. (2022). The Impact of the National Economic Recovery Program and Digitalization on MSME Resilience during the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Bank Rakyat Indonesia. *Economies*, 10(7). <https://doi.org/10.3390/economies10070160>
- Suwendra. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Nila Cakra.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, and Organizational Change*.
- Widiastuti, W., Handayani, A., & Hermawan, A. (2021). Spatial Distribution on Recovery Strategy Due to the Impact of the Covid-19 Pandemic on the Conditions of Micro Small Medium Enterprises (MSME's) in Central Java Province, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 887(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/887/1/012026>