

## **Dampak Pandemi Bagi Usaha Kecil Menengah di Kota Medan**

**Chairul Anwar, Willi Romando Dalimunthe, Muhammad Arif**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[achairul86@gmail.com](mailto:achairul86@gmail.com), [williromadon97@gmail.com](mailto:williromadon97@gmail.com), [muhammad4rif@yahoo.co.id](mailto:muhammad4rif@yahoo.co.id)

### ***Abstract***

*This study aims to analyze the extent of the influence of the Covid-19 pandemic on MSMEs in Medan. The research method used is descriptive qualitative method, using secondary data sources from research results, references and online news that are directly related to this research. Since the outbreak of the corona virus or what is known as the Covid-19 pandemic, there has been a very significant decrease in the turnover of MSME players. There are several MSME business fields that have been the most affected, namely accommodation, tourism and food and drink providers, wholesale and retail trade, and bicycle repair. motor and transportation and trade. The results of the research show that MSMEs are the type of economic business that is most affected by the Covid-19 pandemic, namely food traders whose turnover is lacking because time to trade is limited also includes other businesses, namely the automotive industry, steel industry, electrical equipment, textile industry, handicrafts. and heavy equipment, tourism.*

**Keywords** : *small and medium enterprises, covid-19, economic*

### ***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauhmana pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita online yang berhubungan langsung dengan penelitian ini. Sejak merebaknya virus corona atau yang dikenal dengan pandemi Covid-19, terjadi penurunan omset pelaku UMKM yang sangat signifikan. Terdapat beberapa bidang usaha UMKM yang terkena dampak paling besar yaitu akomodasi, pariwisata dan penyedia makanan dan minuman, perdagangan grosir dan eceran, serta bengkel sepeda. motor dan transportasi dan perdagangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM merupakan jenis usaha ekonomi yang paling terkena dampak pandemi Covid-19 yaitu pedagang makanan yang omzetnya kurang karena waktu berdagang yang terbatas juga termasuk usaha lain yaitu industri otomotif, industri baja. , peralatan listrik, industri tekstil, kerajinan tangan. dan alat berat, pariwisata.*

**Kata kunci**: *usaha kecil dan menengah, covid-19, ekonomi*

### **Pendahuluan**

Tahun 2020 merupakan tahun yang berat bagi dunia ketika tiba-tiba muncul wabah Covid-19, yang awalnya muncul secara lokal di Wuhan –China, lalu merebak dan memporak-porandakan sendi-sendi perekonomian dunia, terutama Indonesia. Kota medan menduduki ranking satu

penyebaran virus corona di Sumut dan sudah ditetapkan sebagai zona merah. Pandemi Covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor ekonomi di kota Medan.

Goncangan perekonomian terjadi dimana-mana, Indonesia salah satunya. Kepala Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Kementerian Keuangan yaitu Adi Budiarmo menyebutkan bahwa pertumbuhan perekonomian di Indonesia pada 2020 diperkirakan hanya 0.4% sampai dengan 1% saja, bahkan sumber lain menyebutkan bahwa Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani mengestimasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada kuartal II Covid-19 mengalami penurunan (minus) 3.8% dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun-tahun sebelumnya yaitu di atas 5%. Dan diprediksi bahwa perlambatan laju perekonomian di Indonesia masih akan terjadi hingga tahun 2021. Namun, International Monetary Fund (IMF) memproyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2021 akan tumbuh sekitar 6% dengan beberapa catatan diantaranya aktivitas ekonomi telah pulih sepenuhnya<sup>4</sup>. Akan tetapi, beberapa ahli lain juga menyebutkan bahwa tantangan perekonomian di Indonesia benar-benar akan terjadi pada tahun 2021. Menurut Menteri Keuangan Indonesia Periode 2013-2015 Muhammad Chatib Basri bahwa pada tahun 2021 stimulus ekonomi mulai susut, permasalahan perkreditan yang sesungguhnya baru akan terlihat tahun 2021. Dimana, saat ini perbankan dan perusahaan-perusahaan multifinance lainnya memberikan stimulus berupa subsidi bunga, keringanan angsuran kredit bahkan memberikan kemudahan syarat bagi pengaju pinjaman modal. Namun, tahun 2021 mereka akan melakukan restrukturisasi kredit kepada korporasi dan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta debitur dengan tidak memperpanjang masa keringanan pinjaman dan subsidi bunga tersebut

Dampak perekonomian ini tidak hanya di rasakan secara domestic, namun juga terjadi secara global. International Monetary Fund (IMF) memproyeksi ekonomi dunia akan tetap tumbuh negative 4,9% pada tahun 2020. Proyeksi ini menurun 1,9% poin dari prediksi pada bulan April 2020 sebelumnya. Menurut Teten, situasi saat ini berbeda dengan krisis tahun 1998 dan 2008. Akibat pandemi saat ini, UMKM sangat terdampak, baik dari sisi supply maupun demand. Hal ini utamanya disebabkan adanya pembatasan interaksi fisik yang menyebabkan perubahan perilaku dan juga pola konsumsi konsumen. “Sehingga pandemi Covid-19 ini sektor Koperasi dan UMKM yang paling terpukul,” ujar MenkopUMK. Teten menambahkan, ada tantangan yang akan dihadapi

dan perlu diantisipasi selain dampak kesehatan dan perlambatan pertumbuhan ekonomi sekarang ini, yaitu bertambahnya angka kemiskinan.

Dalam skenario sangat berat, kemiskinan diprediksi akan bertambah 4,86 juta orang sebagaimana data Kemenkeu, 2020. Berikut pula angka pengangguran yang diperkirakan bertambah 9,77 juta orang, dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) mencapai 7,07% sesuai data BPS pada 2020. UMKM dan kewirausahaan tetap menjadi kunci pemulihan ekonomi nasional selama mampu beradaptasi dan bertransformasi. Hal ini karena proporsi UMKM yang mendominasi populasi pelaku usaha di Indonesia hingga 99%.

“Saat ini Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM mempunyai program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) telah memberikan stimulus sebesar Rp123,46 triliun kepada Koperasi dan UMKM agar tetap dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19. BanPres Produktif untuk Usaha Mikro (BPUM) juga telah diluncurkan dengan sasaran kepada 12 juta pelaku usaha mikro berupa hibah modal kerja sebesar Rp2,4 juta per orang telah tersalurkan 100% serta KUR Super Mikro untuk plafon di bawah Rp10 Juta dengan bunga 0%,” kata Teten.

Salah satu prioritas KemenkopUKM adalah mendorong inovasi, digitalisasi, dan kepastian Badan Hukum bagi Pelaku UMKM melalui penguatan kelembagaan agar berperan lebih strategis dalam perekonomian nasional, sehingga dapat lebih mudah dalam mengakses pembiayaan. Aspek pembiayaan dititikberatkan karena sesuai data BI, 2019 hanya sekitar 20% UMKM yang telah terkoneksi pembiayaan formal.

MenkopUKM menegaskan upaya KemenkopUKM dalam mendorong digitalisasi Koperasi dan UMKM melalui peningkatan kapasitas SDM, perbaikan proses bisnis, dan perluasan akses pasar. “Respon masyarakat cukup antusias dapat dilihat sebanyak 102.672 masyarakat sudah mengakses dan mengikuti kelas daring melalui EDUKUKM.ID serta 10.013 pelaku UKM melalui SPARC Campus yang diselenggarakan oleh BLU kami yaitu LLP-KUKM SMESCO,” ujar Teten.

Selain itu, tambah Teten, di tengah pandemi ini ada tambahan 2 juta UMKM masuk ke dalam ekosistem digital sehingga ada 10,25 juta UMKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital atau sekitar 16% dari total populasi UMKM.

“Hal ini menunjukkan tren ekonomi digital selama pandemi tumbuh positif. Ini merupakan peluang baru di masa pandemi Covid-19, di mana Porsi Ekonomi Digital Indonesia adalah terbesar di Asia Tenggara. Pada 2025, Google, Temasek mengestimasi nilai transaksi ekonomi digital

mencapai Rp1.826 triliun. Selain itu pada 2019, Bank Indonesia mencatat nilai transaksi ekonomi digital mencapai Rp265 triliun. Dengan ataupun tanpa pandemi, transformasi digital adalah keniscayaan” kata Teten.

Di samping itu dengan telah disahkannya UU Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020 diharapkan dapat memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan bagi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Koperasi antara lain dalam bentuk kemudahan dan kepastian dalam proses perizinan melalui izin tunggal bagi UMKM, kemudahan dalam mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), kemudahan mendirikan Perseroan Terbuka (PT) melalui biaya yang murah, serta kepastian legalitas bagi pelaku UMKM. Sedangkan untuk koperasi diberikan kemudahan pendirian Koperasi cukup dengan jumlah 9 (sembilan) orang.

Adapun 4 pilar yang menjadi fondasi terobosan yang dilakukan oleh KemenkopUKM dalam rangka Adaptasi dan Transformasi KUMKM tahun 2021 antara lain: Koperasi Modern, Usaha Mikro (Sektor Informal ke Formal), UKM masuk ke Rantai Pasok, dan Transformasi Wirausaha Produktif.

Imbas dari covid-19 menimbulkan permasalahan yang dialami oleh pelaku UKM yakni terjadinya penurunan omzet dan tuntutan perubahan bisnis konvensional menjadi digitalisasi agar tidak tertinggal dalam persaingan usaha. Hal ini menjadi alasan pentingnya menganalisis dampak yang dialami UKM di masa covid-19 dan memilih strategi yang layak untuk bertahan.

## **Kajian Teori**

Perekonomian 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 berasaskan 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.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sekelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian dan terbukti menjadi fondasi, tulang punggung dan dinamisator perkembangan ekonomi nasional, terutama pada masa krisis dan masa pelambanan pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 pasal 3 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Secara konseptual pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat dilakukan dengan sistem pemberdayaan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) itu sendiri. Keberhasilan pemberdayaan tersebut sangat bergantung pada partisipasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai pelaku maupun stakeholder lain yang turut serta dan berperan dalam pengembangannya.

Pandemi global ini menyebabkan ketidakstabilan perekonomian terutama pada pelaku UMKM yang merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbauan pemerintah dalam menerapkan Pembatasan Sosial Berskala besar (PSBB) yang menghimbau masyarakat tetap dirumah sehingga banyak UMKM yang harus berhenti untuk sementara waktu (Hardilawati, 2020). Terbatasnya pergerakan masyarakat pada saat pandemi membuat penurunan penjualan karena menurunnya permintaan, sehingga pelaku UMKM juga mengalami penurunan omset.

Salah satu UMKM yang tidak pernah mati dalam usaha kuliner karena secara istilah Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan. Masakan tersebut berupa lauk pauk, makanan, dan minuman yang diolah sedemikian rupa sehingga menjadi makanan atau minuman yang dapat dinikmati sebagai bahan pangan yang digunakan sebagai perkembangan tubuh manusia, sehingga usaha kuliner ini akan tetap dibutuhkan selama manusia membutuhkan makanan, namun usaha kuliner ini juga mengalami penurunan, hal ini salah satunya disebabkan oleh adanya pandemi global. Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 20 tahun 2008 pengertian Usaha Kecil adalah: "Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau

bukancabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadibagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar.

Adapun Ciri-Ciri Usaha Kecil menurut UU No.9 tahun 1995 yaitu: a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah. b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah definisinya adalah: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, antara lain meliputi: a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000, (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan usaha, atau b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000, (tiga ratus juta rupiah). Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan RI No.40/KMK.06/2003 tentang pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil, mengatur bahwa jumlah maksimal kredit yang dapat diberikan oleh pihak perbankan adalah nasabah Usaha Mikro adalah sebesar Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah).

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, dan menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan RI No.40/KMK.06/2003 tentang pendanaan kredit usaha mikro dan kecil, mengatur bahwa jumlah maksimal kredit.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai modal awal yang kecil, atau nilai kekayaan (aset) yang kecil dan jumlah pekerja yang kecil (terbatas), nilai modal (aset) atau jumlah pekerjanya sesuai dengan definisi yang diberikan oleh pemerintah atau institusi lain dengan tujuan tertentu (Sukirno, 2004 : 365). Sebagai bahan perbandingan menurut Susana Suprapti (2005 : 48), Usaha Mikro Kecil Menengah adalah badan usaha baik perorangan atau badan hukum yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) sebanyak 200 juta dan mempunyai omset/nilai output atau hasil penjualan rata-rata pertahun

sebanyak Rp. 1 Milyar dan berdiri sendiri.

Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual-beli, untung-rugi dan sebagainya. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 111:

Artinya: *“Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan sebagai imbalannya mereka memperoleh surga. Siapa yang lebih menepati janjinya (selain) Allah maka bergembiralah dengan jual-beli yang kamu lakukan itu. Itulah kemenangan yang besar.”* (QS. At-Taubah ayat 111).

Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperoleh dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

## **Metode Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut (Semiawan, 2010) menyatakan metode penelitian kualitatif adalah jenis metode penelitian yang paling tepat dalam menangkap persepsi manusia hanya dengan kontak langsung dan pikiran terbuka serta lewat proses induktif dan interaksi simbolik manusia bisa mengenal dan mengerti sesuatu. Penelitian dilakukan di Kota Medan dengan objek penelitian berupa UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi dengan langkah eksploratif yaitu melakukan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif (Gunawan, 2017).

Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa hasil observasi dan data sekunder yang berupa data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh pihak lain berupa buku-buku dan hasil penelitian terdahulu terkait UMKM. Setelah melakukan observasi partisipatif dan melakukan kajian dokumen yang ada, maka akan dilakukan analisa data lapangan yang dihubungkan dengan teori, pendapat para ahli dan hasil penelitian terdahulu. Selanjutnya akan di abstraksi menjadi hasil temuan penelitian dan mengeluarkan rekomendasi hasil penelitian yang

dapat diadopsi oleh UMKM.

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan data resmi pemerintah pertanggal 07 Mei 2020, jumlah kasus covid-19 di Indonesia yang sudah terkonfirmasi adalah sebanyak 12.438 kasus ([covid19.go.id](https://covid19.go.id)). Dengan adanya himbauan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, tentu saja berpengaruh terhadap banyak hal termasuk UMKM. Pemerintah melalui situs resmi kementerian koperasi dan UMKM menyatakan Penyebaran covid-19 berpotensi berdampak secara langsung terhadap ekonomi termasuk keberlangsungan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah (KUMKM). ([depkor.go.id](https://depkor.go.id)) Kini Kementerian Koperasi dan UMKM tengah mendata kondisi UMKM yang mengalami kesulitan bahan baku, kendala proses produksi dan permintaan pasar yang turun drastis dan kemudian memetakan dampak covid-19 ini terhadap UMKM.

Berdasarkan dari hasil observasi, rata-rata UMKM merasakan penurunan omset selama adanya covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala transportasi, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada di luar terutama bidang kuliner. UMKM yang merupakan salah satu penopang perekonomian karena juga banyak menyediakan lapangan pekerjaan, dengan adanya covid-19 ini, juga mulai ada yang melakukan PHK atau merumahkan karyawan sementara karena perusahaan/usaha mereka harus tutup sementara waktu.

Temuan yang lain berdasarkan Observasi, tidak semua UMKM merasakan penurunan omset penjualan dan harus menutup usahanya, ada UMKM yang masih stabil dan mengalami peningkatan omzet penjualannya karena mereka melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi pemasaran untuk bertahan. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh UMKM termasuk memilih membuka lini produk baru atau memperbaharui sistem pemasaran mereka, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan mereka.

Ditengah covid-19 ini, penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan dikarenakan pola masyarakat yang lebih banyak berdiam dirumah. Selain itubanyak UMKM



yang memilih tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya pembatasan jam operasional atau pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah. Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah memperluas jaringan dengan memanfaatkan penjualan e-commerce.

Tantangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut I Gusti yang di kutip oleh Firda Zahra Afifah, usaha mikro kecil dan menengah memiliki tantangan yang harus dihadapi antara lain: a. Teknologi Penelusuran studi mengatakan bahwa komoditi yang dihasilkan pengusaha Mikro, Kecil dan Menengah masih mempergunakan teknologi relatif rendah. Sementara negara maju lainnya pengembangannya berorientasi kepada teknologi maju. Berangkat dari situasi tersebut daya saing produknya di daerah relatif kalah bersaing di banding produk-produk dari negara-negara yang sudah berorientasi pada teknologi maju. Kendala penggunaan teknologi terbesar adalah biayanya yang cukup besar (mahal). Sering terjadi peluang pasar meningkat tetapi tidak mampu memanfaatkannya karena tidak tersedianya teknologi yang memungkinkan peningkatan produktivitas. b. Sumber Daya Manusia (SDM).

Selama ini sebagian besar tenaga kerja yang bergerak dalam usaha mikro, kecil dan menengah dan koperasi bukan merupakan tenaga kerja yang profesional, yang mampu mengelola usaha dengan baik. Manajemen pengusaha mikro, kecil dan menengah dan koperasi merupakan salah satu faktor daya saing yang sangat penting. Banyak perusahaan yang punya teknologi, sumber daya manusia dengan skill yang memadai dan modal yang cukup, namun kinerja masih belum memenuhi harapan. Permodalan Perkembangan permodalan para pengusaha mikro, kecil dan menengah hingga kini masih relatif lambat dan karenanya masih sering memerlukan bantuan baik dari pemerintah maupun dari pengusaha besar. Modal adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam usaha pengembangan suatu bisnis, karena itu akses modal baik yang berwujud kredit, barang produksi merupakan sarana yang sangat diperlukan dalam meningkatkan daya saing pengusaha mikro, kecil dan menengah dan koperasi. Kalangan perbankan masih sering menilai para pengusaha mikro, kecil dan menengah dan koperasi belum Bankable. e. Produksi Sistem produksi pada UMKM masih menggunakan peralatan sederhana sehingga kapasitas produksi terbatas dan masih relatif kecil. f. Pemasaran Pemasaran adalah

sekumpulan strategi atau tindakan yang terintegrasi dalam rangka memberikan nilai kepada konsumen dan menciptakan pendapatan. Dalam usaha dibutuhkan strategi pemasaran yang baik agar usahadapat terus bertahan dan berkembang. Pemasaran juga merupakan suatu hal yang menentukan keberlangsungan hidup usaha. Kegiatan dalam pemasaran meliputi perencanaan strategi, penentuan harga, segmentasi pasar dan promosi produk agar dapat dikenal oleh konsumen. Satu hal yang sangat penting untuk diingat dalam pemasaran adalah bahwa promosi yang dilakukan untuk mengenalkan produk kepada pelanggan tidak boleh mengarah pada penipuan. Langkah-langkah pemasaran dapat dilakukan dengan cara, yaitu 1) Relasi dengan media, melakukan promosi melalui media seperti: televisi, radio dan media online, 2) Mengadakan seminar produk, 3) Membina jaringan kerjapemasaran dari mulut ke mulut, 4) Bergabung dengan organisasi sejenis (usaha bersama atau kumpulan usaha) dan organisasi diluar usaha (yang tidak sejenis) untuk membangun komunikasi pemasaran, 5) Periklanan dengan membuat stiker tentang bisnis yang menyantumkan nomor kontak kepada pelanggan, membuat hadiah khusus untuk program promosi produk, memasang stiker yang besar pada tempat usaha agar mudah dikenali pelanggan, 6) Special event, seperti: melakukan kegiatan pameran atau bazar.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pandemi corona (covid-19) telah membuat banyak sektor terpuruk, termasuk sektor UMKM. Dampak covid-19 telah merusak rantai pasokan, penurunan kapasitas produksi, penutupan pabrik, hingga larangan bepergian.
2. Industri yang terdampak di era pandemi 19 meliputi sektor manufaktur, transportasi, pariwisata.
3. Perlu strategi berbagai pihak untuk membangkitkan UMKM agar bisa survive ditengah pandemi covid-19 ini dan berusaha kembali stabil

### **Daftar Pustaka**

- BPS : Virus Corona Sebabkan Ekspor dan Impor Indonesia-Tiongkok Turun”, 17 Februari 2020, <https://katadata.co.id/berita/2020/02/17/bps-virus-corona-sebabkan-ekspor-dan-impor-indonesia-tiongkok-turun>, diakses 19 Februari 2020.“
- Dampak Virus Corona, Jumlah Turis China di Bali Terus Menurun”, 14 Februari 2020, <https://www.tribunnews.com/travel/2020/02/14/dampak-virus-corona-jumlah-turis-china-di-bali-terus-menurun>, diakses 19 Februari 2020.
- Dampak Virus Corona, S&P Pangkas Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Tiongkok”, 7 Februari 2020, <https://katadata.co.id/berita/2020/02/07/dampak-virus-corona-sp-pangkas-proyeksi-pertumbuhan-ekonomi-tiongkok>, diakses 18 Februari 2020.
- Koshle, H., Kaur, R. Basista. R, 2020, Breakdown of Business and Workers in India, Impact of Corona Virus, March 19, available at
- McKibbin , W., Fernando R., 2020, The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios, CAMA Centre for Applied Macroeconomic Analysis , 29 February 2020, P. 1-43, Australian National University, ISSN 2206-0332
- Sandhusen, R. 2008. Marketing. Hauppauge, N.Y: Barron’s Educational Series Inc., U.S..
- Sekaran, Uma. 2011. Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis), Salemba Empat, Jakarta.
- Suci, Fellyanda. 2020. Cerita Lengkap Asal Mula Munculnya Virus Corona di Wuhan
- Taufik, Prasilowati, S., L., 2019, “Terror Management, Economic Growth and Islamic Perspective toward the World Peace”, Proceedings 3rd Indonesia International Defence Science Seminar 2019, Volume 5, Pages 74-82, ISBN 978-602-5808-52-4, Indonesia Defense University. <http://www.iidss.org/proceeding/>