



Dampak pandemi covid-19 terhadap perekonomian usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kripik Singkong Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang

Abdul Wahid Mahsuni¹, Budi Wahono²

^{1,2} Universitas Islam Malang

¹awm_uim@vahoo.co.id, ²budiwahono27a@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 12 Desember 2022

Disetujui 17 Januari 2023

Diterbitkan 11 Februari 2023

Kata kunci:

Dampak pandemi covid-19;

Perekonomian UMKM;

Sentra industri; Pemasaran;

Pelaku usaha

Keywords :

Impact of the covid-19

pandemic; MSME economy;

industrial center; Marketing;

Businessmen

ABSTRAK

Sentra industri singkong Kelurahan Pandanwangi Kec. Blimbing merupakan UMKM yang cukup berkembang dan telah menjadi ciri khas kota Malang. UMKM termasuk bidang yang merasakan efek pandemic covid-19. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak ekonomi pandemic covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kripik singkong di desa pandanwangi. Analisis data yang digunakan secara deskriptif, metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan pemeriksaan dokumen dan arsip dengan analiis deskriptif kualitatif. Hasil dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa dampak pandemi covid-19 terhadap perekonomian UMKM kripik singkong di kota Pandalangi Kota Malang terbagi menjadi empat aspek yaitu, penjualan, pemasaran, pendanaan atau pemodal, prosuksim dan distribusi. Namun pemerintah juga telah membuat berbagai kebijakan untuk mendorong UMKM agar tetap bertahan dalam menghadapi pandemi covid-19. Strategi yang digunakan pelaku usaha kripik singkong UMKM di Malang adalah berbasis smedia social dan e-commerce. Strategi ini dinilai mampu membantu UMKM dalam kegiatan pemasaran dan memperluas pasarnya dalam menghadapi pandemic covid-19.

ABSTRACT

The cassava industry center, Pandanwangi Village, Kec. Blimbing, is a fairly developed UMKM and has become the hallmark of the city of Malang. MSMEs are among the fields that feel the effects of the Covid-19 pandemic. The purpose of this study was to determine the economic impact of the COVID-19 pandemic on cassava chip micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Pandanwangi Village. Based on the analysis of the data used descriptively, this research method uses qualitative methods. Data collection was carried out through observation, interviews, and the examination of documents and archives with qualitative descriptive analysis. The results of this study reveal that the impact of the COVID-19 pandemic on the economy of MSME cassava chips in the city of Pandalangi, Malang City, is divided into four aspects, namely, sales, marketing, funding or capital, production, and distribution. However, the government has also made various policies to encourage MSMEs to survive in the face of the CO-19 pandemic. The strategy used by MSME cassava chip business actors in Malang is based on social media and e-commerce. This strategy is considered capable of helping MSMEs in marketing activities and expanding their market in dealing with the CO-19 pandemic.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Aspek terpenting dalam kehidupan manusia adalah berupa Kesehatan. Namun yang terjadi saat ini adalah adanya wabah covid 19 atau corona virus disease-19, yaitu infeksi saluran pernafasan yang menjadi penyebab utannya karena salah satu jenis virus corona. Syndrome pernafasan akut parah coronavirus-2 adalah nama lain untuk penyakit ini (Sars-Cov2). Kejadian Covid-19 pertama, dilaporkan pada bulan desember tahun 2019 di Wuhan, Propinsi Hubei, china (Teguh et al., 2020). Penyebaran penyakit ini sampai di Negara di Asia, Eropa, Timut Tengah, dan Afrika hanya beberapa bulan. Covid – 19 adalah jenis penyakit yang menular disebabkan karena sindrom pernafasan akut coronavirus 2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus-2 atau sars-Cov 2*) Gejala penyakit ini dialami oleh pasien dengan gejala demam sampai 38 derajat celsius, sesak napas dan batuk kering (Siahaan, 2020). Dampak paling parah pada manusia adalah kematian. Maraknya covid 19 mengakibatkan berbagai hal dilakukan di rumah, baik itu sekolah, kuliah, kerja atau aktivitas lainnya (Permadi & Sudirga, 2020).

Sebagian besar tempat ibadah juga ditutup untuk membatasi penyebaran covid-19. Upaya dilakukan dan kampanye diluncurkan untuk menyegah penyebaran. Pengendalian penularan dan penyebaran covid-19 setidaknya dapat dengan tiga cara, yaitu menjaga jarak aman, mencuci tangan, memakai masker saat keluar rumah, serta memperbanyak jumlah *wastafel portable* yang dimiliki masyarakat secara swadaya (Supriyadi, 2020). Melihat kondisi tersebut, memutuskan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan mensosialisasikan agar masyarakat melaksanakan aktivitas di dalam rumah.

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak awal tahun 2020 memiliki dampak yang signifikan terhadap tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi di sebagian besar negara di dunia, tak terkecuali Indonesia (Nabilah et al., 2021). Sejak kemunculannya di akhir tahun 2019, virus Covid-19 telah menyebar di seluruh dunia. Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri (Amri, 2020). Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan 0.4% saja berbanding 1 sementara, ahli lain menyebutkan Menteri Keuangan Republik Indonesia Sri Mulyani, perkiraan pertumbuhan ekonomi Indonesia di triwulan II tahun 2019 menjadi 3,8% lebih rendah (minus). Mengingat tahun-tahun sebelum adanya pandemic, ekonomi Indonesia naik menjadi 5%, diperkirakan keadaan ini akan berlanjut sampai tahun 2021. *International Monetary Fund (IMF)* memproyeksi pertumbuhan di kisaran 6% untuk perekonomian Indonesia. dengan beberapa catatan yang mengindikasikan bahwa aktivitas ekonomi sudah mulai beraktivitas kembali. Namun, beberapa ahli lain menyatakan tantangan ekonomi di Indonesia akan terjadi di tahun 2021. Menurut Menteri keuangan RI Chatib Basri periode sebelumnya, stimulus ekonomi akan mulai meredup. Salah satu lapangan usaha yang telah mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi angka kemiskinan serta menjadi konsen pemerintah padan Usaha Mikro kecil, dan Menengah (UMKM) (Utami et al., 2020).

Peran sektor UKM sangat penting karena mampu menciptakan pasar-pasar, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber alam, mengurangi kemiskinan, membuka lapangan kerja, membangun masyarakat dan menghidupi keluarga tanpa fasilitas dari pihak pemerintah daerah (Fristian, 2014). Akibat pandemi COVID-19 juga dirasakan pada perekonomian sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Sugiri, 2020). Yang mana saat ini UMKM di Indonesia mengalami resesi karena melemahnya perekonomian. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah besar jika dilihat dari perspektif perkembangannya (Suryani, 2021). Menurut data dari kementerian koperasi, pandemui Covid-19 berdampak pada 1785 koperasi dan 163.713 usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) antara bulan Mei 2020 (Venny Suryanto, 2020). Industri bahan olahan makanan dan minuman adalah dua industrin yang paling terkena dampak dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut Kementerian koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) koperasi yang di bidang jasa dan produksi paling banyak yang mendapatkan pengaruh di masa pandemic covid-19. Pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengalami penurunan penjualan, kekurangan modal, dan keterlambatan distribusi. Selama pembatasan social berskala besar (PSBB), setidaknya 39,9% Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memutuskan mengurangi stok barang. Sementara itu akibat lain yang ditimbulkan, sebanyak 16.2% Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memilih mengurangi karyawan. Dengan hal ini dapat disimpulkan, bahwa Pandemi Covid-19 berpengaruh banyak pada sector usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Perekonomian di Indonesia terganggu akibat pandemi Covid-19 ini juga terjadi pada mekanisme pasar bukan berdampak pada fundamental ekonomi riil saja. Terganggunya mekanisme pasar ini dapat menyapakan surplus ekonomi yang mampu mempengaruhi permintaan dan penawaran (Muwarti et al., 2022).

Kontribusi dan peran penting di Indonesia, salah satunya memperluas kesempatan kerja. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sector pengaman masyarakat yang memiliki penghasilan rendah untuk melakukan kegiatan ekonomi produktif (Rosita, 2020). Lebih lanjut, manfaat lain dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jeusaha yang berperan penting dalam meningkatkan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) perekonomian negara, khususnya di Indonesia yang memasuki era digitaslisasi. Mayoritas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mampu membuka pekerjaan sebanyak 97,52% dan menghasilkan 56,52% PDB. Hal tersebut menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki potensi langsung, begitu pula pemerintah sebagai pihak yang harus ikut serta meyelesaikan masalah perekonomian daerah. Beberapa usaha makanan yang ada di masyarakat, diantaranya usaha keripik singkong merupakan bagian dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjadi bagian dari sector perdagangan, hotel, dan restoran sebagai

penopang utama perekonomian kota Malang (36,85%). Industry (34,01%) dan jasa (12,04%) adalah dua sector utama.

Jawa Timur memiliki jumlah unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tertinggi, sesuai dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi Jawa Timur. Pola pertumbuhan ekonomi wilayah di Jawa Timur dibagi menjadi kategori yaitu adanya daerah yang maju dan daerah tertinggal. Dengan kata lain, itu menggambarkan adanya ketidaksetaraan. Malang kota, Malang kabupaten Surabaya, Sidoarjo, Gresik merupakan daerah dengan pertumbuhan ekonomi dengan kategori tinggi. Kota yang disebutkan di atas menjadi pusat perekonomian di Provinsi Jawa Timur yang menyumbang sebesar 50% dari jumlah keseluruhan perekonomian tahun 2010. Salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Malang ini merupakan sentra industri keripik singkong yang cukup berkembang dan menjadi ikon kota tersebut. Operasi berlangsung di kawasan industri di Kecamatan Pandanggalangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Di daerah ini, berkembang industry yang membuat berbagai produk keripik singkong dan keripik buah. UMKM industri keripik singkong Blimbing dikenal sebagai buah tangan khas kota Malang. Pemilihan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup memberikan dampak dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dan dijadikan sebagai sumber utama penghasilan keluarga.

Pandemi Covid-19 berpengaruh luas terhadap perekonomian Kota Malang. Tak terkecuali sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) keripik singkong di sentra industri sub distribusi Blimbing. Para pengrajin keripik singkong menderita kerugian lantaran produksinya terhenti sejak akhir bulan Maret atau setelah adanya imbauan di rumah saja. Tempat wisata di Malang Raya ditutup total sedangkan pembeli produk camilan gurih nan renyah ini mayoritas wisatawan atau warga pendatang yang kerap menjadikan camilan ini sebagai uah tangan namun di tengah pandemic Covid-19 ketika seluruh tempat wisata ditutup, keripik singkong produksinya jadi sepi pembeli, omset yang didapatkan mengalami penurunan yang cukup signifikan karena tidak ada wisatawan yang datang sejak adanya pembatasan social berskala besar (PSBB) diterapkan di Malang Raya. Sebelum pandemic Covid-19 menyerang, para pengrajin keripik tempe bias memproduksi 3 kwintal keripik dalam sehari biasanya memasok bebrapa took oleh-oleh di Malang, tapi sekarang produksi berhenti total bahkan para pengrajin keripik singkong baru memproduksi keripik singkong kalau ada pesanan dari konsumen saja, jika tidak maka para pengrajin keripik singkong tidak memproduksi.

Meski selamat dari terpaan pandemic covid-19, setidaknya 20% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kota Malang tidak menjalankan berproduksi sementara akibat pandemi Covid-19. Ada sekitar delapan ribu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selama pandemi Covid-19, 20% dari mereka atau sekitar 1.600 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga tidak menjalankan kegiatannya, disebabkan sepi pembeli. Kondisi tersebut terjadi sejak Maret hingga awal September sebagai dampak penerapan kebijakan pencegahan Covid-19. Bulan Mei hingga Juli terdapat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga aturan jam operasional. Meski demikian, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Malang memilih tuntut tetap menjalankan usahanya di bawah kondisi saat ini.

Penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi, 2020) memberikan pemamparan pandemi Covid-19 menurunkan pendapatan UMKM di desa Blado. Dampak tersebut, dirasakan oleh pedagang di Pasar Blado diantaranya penurunan omset penjualan karena kebijakan PSBB. Pedagang bingung menjual dagangannya karena sulit mencari pembeli di masa pandemic, sehingga pendapatan mereka terus menurun drastis. Namun, dengan adanya kebijakan new normal Para pedagang kesusahan menjual dagangannya dikarenakan sulit mendapatkan pembeli di masa pandemic, sehingga pendapatan mereka terus menurun drastic. Akan tetapi, sejak diberlakukannya *new normal*, kebijakan tersebut mampu meningkatkan pendapatan para pedagang, akan tetapi hal itu belum dirasakan oleh semua pedagang, karena masih ada beberapa pedagang yang tidak mengalami kenaikan pendapatan

Menurut (Aisyah, 2020) melakukan penelitian serupa. UMKM sebagai penopang perekonomian Indonesia ternyata menjadi sector pertama dan paling banyak berdampak oleh pandemic Covid-19. Berdasarkan kebijakan strategi dan meberikan stimulus. Pemerintah berupaya untuk melindungi UMKM dari keterpurukan akibat Covid-19. Kebijakan dan stimulus pemerintah, berhasil membenahi kondisi ekonomi yang sempat terpuruk di awal pandemic Covid-19, meski belum seluruhnya. Hal lain yang dilakukan kecuali menunggu kebijakan dan stimulus pemerintah, para pelaku UMKM dapat menerapkan skema e-marketing untuk melakukan aktivitas perdagangan produk di masa pandemic dan pasca pandemic covid-19. skema E-marketing dapat diadakan pilihan untuk mempertahankan dan

mengembangkan UMKM termasuk melalui penggunaan platform media social seperti whatsapp, facebook, instaram, twitter, dan lainnya. UMKM kemudian dapat terlibat dalam kegiatan pemasaran dan penjualan secara darat di e-marketplace. Penelitian terbaru menunjukkan, kasus positif Covid-19 terus meningkat dan menyebar di 510 Kabupaten/Kota di 34 Provinsi di Indonesia. Terakhir Pemerintah Bersama masyarakat memberlakukan larangan social berskala besar (PSBB) dan terus menghimbau agar masyarakat tetap di rumah. Ada juga dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Pandemi covid-19 berdampak pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Sektor UMKM keripik singkong di sentra industri Panadangalangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang menjadi salah satu yang merespon pandemic covid-19. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dampak ekonomi pandemic covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) keripik singkong di desa pandanwangi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Kajian dalam penelitian ini berlokasi di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang dengan tujuannya untuk pengumpulan data potensi dampak Covid-19 terhadap perekonomian Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Keripik Singkong Desa Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang. Dan mengetahui apa yang dilakukan pelaku usaha. Keripik singkong, Desa Pandangalangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pelaksanaan penelitian selama enam bulan, mulai bulan Maret hingga Agustus 2021, dimulai dengan menyusun proposal dan diakhiri dengan laporan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2019) yaitu teknik wawancara, pengamatan atau observasi, dan teknik dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data tahun 2019, kasus positif covid-19 bertambah dan tersebar di 510 kabupaten/kota di 34 provinsi di Indonesia. Per 26 Agustus 2021, terkonfirmasi jumlah pasien positif sebanyak 1354 orang, sehingga jumlah keseluruhan kasus di Jawa Timur menjadi 378.092 kasus. di Kota Malang sebanyak 201 orang dengan total sembuh 12.893 orang. Pemerintah berupaya terus menerus dalam meminimalisir pertumbuhan penularan Covid-19, salah satunya dengan membatasi mobilitas masyarakat dan menerapkan kebijakan yang diawali dengan masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada April 2020 dan diakhiri dengan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) tingkat 3 menjelang akhir Juli 2021. Untuk melengkapi upaya pencegahan penyebaran Covid-19, pemerintah mengeluarkan program vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi di Indonesia, Bersama Presiden Joko Widodo dipilih sebagai orang pertama yang menerima vaksin Sinovac Pada 13 Januari 2021. Pemerintah menyatakan data perkembangan kasus covid-19 semakin baik dan lengkap, serta dapat digunakan untuk membuat kebijakan.

Menurut temuan wawancara peneliti, pandemic covid-19 berdampak terhadap perekonomian kota Malang. Sentra industri Singkong Pandanwangi yang merupakan bagian dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Malang merupakan salah satu usaha yang cukup berkembang dan hasil produksinya menjadi ciri khas kota Malang. Keripik singkong dan keripik buah telah dikembangkan, Sentra oleh-oleh kota Malang adalah UMKM di Industri Singkong Pandanwangi. Dipilihnya UMKM di sentra industri Singkong Pandanwangi karena merupakan salah satu UMKM yang cukup berhasil meningkatkan perekonomian dan taraf hidup masyarakat. Sehingga menjadi sumber kehidupan keluarga. Singkong pandanwangi tersedia dalam berbagai ukuran di sentra industri tersebut.

Meski berhasil bertahan dari Pandemi Covid-19, setidaknya 20% UMKM di kota Malang berhenti berproduksi sementara. Tercatat, ada sekitar 8.000 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak dapat berproduksi atau menjalankan usahanya karena sepi pembeli. Penerapan kebijakan pencegahan covid-19 dari Mei hingga Juli mengalami perubahan peraturan dari PSBB hingga peraturan jam operasional. Upaya Pemkot Malang untuk perekonomian antara lain dengan membantu UMKM dalam memperluas pasar dengan memasukkan produk ke dalam marketplace. Jika dibandingkan dengan penjualan produk dengan cara tradisional, penjualan UMKM secara online terbukti dapat meningkatkan omzet. Pemerintah kota Malang saat ini tengah berupaya mempercepat pemulihan

ketahanan ekonomi dari kehidupan masyarakat. Strategi pemulihan ekonomi Kota Malang tahun 2020 sangat efektif sejalan dengan penerapan protocol Kesehatan dan disiplin dalam kegiatan sosial yang menjadi kunci utama pengendalian covid-19.

Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian UMKM Keripik Singkong Pandanwangi Kota Malang

Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan menemukan bahwa pandemic covid 19 berdampak signifikan terhadap perekonomian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) keripik singkong Desa Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang. Biasanya Para pelaku UMKM Keripik Singkong Pandanwangi beberapa menjual produknya ke luar daerah dan beberapa tempat wisata. Pelaku UMKM menderita kerugian lantaran produksinya terhenti sejak akhir Bulan Maret atau setelah adanya imbauan di rumah saja. Tempat wisata di Malang Raya ditutup total sedangkan pembeli produk camilan gurih dan renyah ini mayoritas wisatawan atau warga pendatang yang kerap menjadikan camilan ini sebagai buah tangan namun di tengah Pandemi Covid-19 ketika seluruh tempat wisata ditutup, keripik Singkong produksinya jadi sepi pembeli. Omzet yang di dapatkan mengalami penurunan yang cukup signifikan karena tidak ada wisatawan yang datang sejak adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diterapkan Di Malang Raya seperti yang diungkapkan oleh Bapak Fathoni bahwa :

“Sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia saya menjual produk keripik Singkong saya ke beberapa daerah wisata seperti Kota Batu ke Banyuwangi dan Surabaya sejak pemberlakuan PPKM Se Jawa Bali di mulai tanggal 26 Juli lalu ada beberapa pelanggan dari Kota Batu yang meminta pembatalan karena penutupan kembali tempat wisata. Akibatnya penjualan di toko saya mengalami kerugian selain itu proses distribusi juga terlambat dari pengantaran produk sampai dengan penerimaan bahan baku.”

Meski demikian, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Malang memilih tetap beroperasi dengan kondisi saat ini. Untuk memenuhi permintaan pasar, banyak produsen yang memproduksi masker dan penutup wajah. Meski demikian, omzet yang diperoleh penurunan yang signifikan.

Penjualan

Selama pandemi Covid-19 para pelaku UMKM Keripik Singkong Pandanwangi mengalami penurunan penjualan akibat beberapa kebijakan pemerintah seperti PSBB hingga aturan jam operasional untuk mencegah penyebaran virus Covid-19. Penjualan menjadi sumber pendapatan bagi pengusaha keripik singkong. Namun, yang terjadi terdapat penurunan penjualan. Saat ini, masyarakat lebih memilih mengutamakan pangan dan alat Kesehatan dibandingkan membeli keinginan lain yang dianggap tidak begitu penting dan bukan kebutuhan pertama menghadapi kondisi pandemic.

Sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia Para pelaku UMKM Keripik Singkong Pandanwangi dalam sehari bisa menjual 5 sampai dengan 15 kilo perharinya, memproduksi 5 kilo keripik Singkong bisa menghasilkan 10 bungkus keripik Singkong jadi dalam perharinya penjual bisa menjual produknya sekitar 150 bungkus keripik Singkong dengan kondisi hari-hari biasa. Sehingga pendapatan penjual adalah sekitar 5 juta sampai 7 juta dan 56.4 persen diantaranya mengalami peningkatan pendapatan per bulan, dengan adanya hari libur, seperti. Libur akhir tahun dan sebagainya.

“Pendapatan saya setiap bulan sebelum adanya pandemi Covid-19 rata-rata bisa mencapai 5.000.000 s.d. Rp7.000.000. dengan pendapatan segitu dalam seharinya saya bisa menjual keripik Singkong sekitar 5 s.d 15 kilo dalam per 1 kilo saya menghasilkan 10 bungkus keripik Singkong jadi dalam sehari saya mampu menjual 150 bungkus keripik Singkong. Dulu sebelum pandemi jika momen libur lebaran tiba pemerintahan keripik Singkong di tempat saya mengalami kenaikan 200% pada libur lebaran karena banyak wisatawan yang datang membeli oleh-oleh khas Kota Malang keadaannya bila dibandingkan dengan hari-hari biasanya.”

Di momen libur lebaran penjual keripik Singkong Kampung Pandangalangan biasanya panen rejeki. Dua pekan menjelang lebaran penjualan keripik teme di Kampung Pandanwangi mengalami peningkatan omzet penjualan hingga 200% karena permintaan konsumen terus tinggi dan ditambah dengan banyaknya wisatawan yang datang membeli keripik Singkong untuk dijadikan oleh-oleh. Bila sebelumnya para penjual mampu menjual 150 bungkus perhari kini menjelang lebaran bisa mencapai 300 bungkus perhari. Dengan harga perbungkus mulai dari harga 3.500 untuk rasa yang original kalau

untuk yang beranek arasa seperti rasa ayam panggang, rasa balado dihargai Rp. 4000 perbungkus hal ini membuktikan bahwa produk ini tetep pilihan wisatawan.

Namun setelah adanya pandemi di awal tahun 2020, penjualan mulai turun drastis bisa dibilang sampai 70% karena adanya PSBB yang mewajibkan penutupan toko dan tempat wisata. Menurutnnya permintaan keripik Singkong di Kampung Pandanwangi berkurang sangat signifikan karena wisatawan selama pandemi dilarang memasuki Kampung Pandanwangi ditambah dengan tempat wisata di Malang Raya ditutup total sedangkan pembeli produk camilan gurih nan renyah ini mayoritas wisatawan atau warga pendatang yang kerap menjadikan camilan ini sebagai buah tangan, namun di tengah kondisi pandemi seperti ini penjualan di toko-toko sepi pembeli adapun pembeli hanya ada pada hari sabtu dan minggu itupun hanya 2 sampai 5 orang saja bahkan sering tidak ada pembeli yang datang. Omzet penjualan yang dulu biasanya dalam bisa menjapai Rp5.100.000 s.d Rp7.000.000,- namun setelah pandemi paling banyak hanya Rp 2 juta bahkan sering mengalami kerugian karena kurangnya permintaan keripik Singkong dan berkurangnya pembeli yang datang ke Kampung Pandangalangi. Pernyataan ini dipertegas oleh Bapak Arifin yang menyatakan bahwa:

Setelah adanya pandemic di awal tahun 2020 itu mulai turun turun drastic bisa dibilang sampai 70% karena adanya PSBB yang mewajibkan penutupan took dan tempat wisata. Setelah selesai PSBB keadaan kembali normal kemudian pendapatan mulai sedikit normal 1.000.000 – 3.000.000 tapi setelah diadakannya PPKM tidak ada pemasukan sama sekali bahkan bisa dikatakan minus. Dua minggu terakhir ini tidak ada pembeli yang dating sama sekali ke took saya walaupun ada hanya pada akhir pecan itupun hanya sekitar 5 orang saja sehingga berpengaruh sekali pada penjualan saya dulunya omset saya sebelum pandemic dalam 1 bulan bisa mencapai 5 juta lebih setelah pandemic paling banyak hanya 2 juta bahkan sekarang ini minus karena tidak adanya pembeli yang dating ke took saya.

Pemasaran

Pemasaran, ketika kebijakan PSBB hingga aturan jam operasional diberlakukan pemasaran produk keripik Singkong yang dihasilkan oleh Home Industri Keripik Singkong Pandangalangi mengalami kendala dalam hal pemasaran. Aktivitas UMKM keripik Singkong Pandanwangi yang sehari-hari bersentuhan langsung dengan konsumen untuk emnawarkan produknya semakin berkurang karena masyarakat berdiam diri di rumah. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, sebelum adanya covid 19 mayoritas pelaku UMKM keripik singkong yaitu sebanyak 94,9% pelaku usaha menjual produk keripik singkong konvensional dengan menjual langsung melalui rumah atau tokonya, hal itu disebabkan karena 56,45% Sebagian pendudukan tidak menjual keripik singkong dengan menitipkan ke toko yang lain.

Porsi besar yang dijual di rumah tidak berdampak negative pada tingkat pendapatan mereka, terbukti bahwa meskipun mayoritas pelaku usaha hanya berjualan keripik singkong di rumah atau di tokonya, namun total pendapatan perbulannya terbilang normal dan terus meningkat. Penjualan keripik Singkong ditoko sudah berlangsung lama. Dikampung Pandanwangi hampir sebagian besar dari para pengusaha keripik Singkong kios sendiri. Akibat pandemic covid 19, strategi pemasaran UMKM keripik Singkong Pandanwangi terbilang sulit. Konsumen dan produsen berubah saat pandemic ini. Sejak pandemi covid-19, ketergantungan konsumen terhadap akses internet semakin meningkat (Aisyah, 2020). Alhasil, para pelaku UMKM Keripik Singkong pun dituntut untuk memasuki ranah digital dan mengubah stategi mendekati konsumen melalui system digital. Namun, berdasarkan hasil penelitian, para pelaku UMKM keripik Singkong Pandanwangi tidak semuanya bisa melakukan penjualan melalui layanan digital. Dikarenakan satu dan lain hal seperti tidak adanya alat dan tidak pahalannya ilmu teknologi.

Meski sebagian pelaku usaha UMKM menyediakan secara online, namun pandemic covid-19 mengakibatkan pergeseran dan perubahan pola belanja konsumen. Hal ini tidak menutup kemungkinan banyak konsumen yang lebih memilih utuk berbelanja secara offline. Jadi, sebagaimana masyarakat cenderung mengurangi aktivitasnya di luar rumah karena perbedaan sosial, UMKM yang memperdagangkan produknya secara offline juga harus merasakan dampak dari berkurangnya pemasaran. Berdasarkan temuan di lapangan, pelaku UMKM keripik Singkong yang melakukan pemasaran produk secara online dan offline memiliki pengaruh berbeda. Penjualan online secara umum lebih kuat dan keuntungannya lebih banyak, Sebaliknya, dampak lain yang ada, yaitu pengurangan karyawan UMKM menjadi lebih banyak.

Produksi dan Distribusi

Pandemi *Covid-19* berdampak pada kegiatan produksi dan distribusi bisnis Keripik Singkong Pandangalangi mengalami penurunan, bahkan untuk sementara waktu. Di masa pandemi covid-19, 70% UMKM menyatakan berhenti berproduksi, dan 90% pelaku usaha UMKM menyatakan bahwa omset mereka ikut berdampak. Proses produksi dapat dihentikan sementara taua permanen. Keripik singkong Pandangalangi telah berhenti berproduksi karena penurunan permintaan pasar yang signifikan sejak covid-19. Penjualan yang terus menurun akibat pandemi *Covid-19* berimbas pada jumlah produksi para penjual membatasi produksinya yang awalnya dalam 1 minggu bisa produksi keripik Singkong 4 kali sampai dengan 4 kali setelah pandemi dalam 1 bulan hanya memproduksi 2 kali itupun tergantung stik di penyimpanan masih ada atau tidak. Dulu dalam 1 kali produksi para pengrajin Singkong bisa memproduksi 20 kilo gram sampai dengan 30 kilo gram, namun setelah terjadinya pandemi *Covid-19* para pengrajin Singkong mengurangi jumlah produksi dengan jumlah yang lebih kecil dari pada sebelum terjadinya pandemi *Covid-19*. Bahkan, para pengrajin Kripik Singkong baru memproduksi keripik Singkong kalau ada konsumen saja jika tidak ada maka para pengrajin kripik Singkong tidak bisa produksi. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nining bahwa:

Saya kalau sekarang produksi keripik singkong kalau ada yang pesen saja dalam sebulan itu saya hanya memproduksi keripik singkong 2 kali itupun kalau stok singkong yang ada di etalasi udah habis kalau dulu dalam 1 minggu saya bisa memproduksi 3 kali sampai 4 kali situasi yang sekarang sama yang dulu jauh berbeda, dulu saya dalam sekali produksi bisa sekitar 20 sampai 30 kilogram singkong. Pembatasan skala besar diterapkan di beberapa daerah selama bulan pertama covid-19. Dan aturan penutupan gerai sembako dan toko non-medis. Saat ini bahan baku yang dibutuhkan pelaku UMKM Pun sulit didapatkan. Hal tersebut menyebabkan macetnya bagian produksi pengolahan bahan baku keripik Singkong sehingga menyebabkan kemacetan terhadap beberapa home industri Kampung Pandanwangi yang membuat produk keripik Singkong. Selain itu proses pengiriman keripik Singkong untuk keluar daerah seperti Kota Batu, Surabaya, Banyuwangi terkendala para penjual juga mengalami kendala dalam pengiriman barang. Sehingga hal ini menyebabkan penurunan penjualan dan berimbas pada produksi keripik Singkong. Di awal pandemic covid-19, kebanyakn orang takut keluar dan tidak berani bertemu dengan orang lain karena takut terpapar covid-19 yang mematikan. Jalanan sepi dari lalu lintas kendaraan selama lebih dari tiga bulan. Namun, situasi ini tidak berlangsung lama. Pemerintah kini telah memberikan edukasi yang baik kepada masyarakat untuk menerapkan protocol kesehatan, seperti rajin mencuci tangan, memakai masker dan menjaga jarak. Terakhir, masyarakat bisa lebih longgar melakukan kegiatan di luar rumah, meskipun terbatas.

Pendanaan atau Permodalan

Di masa pandemi covid-19, pelaku UMKM keripik singkong Pandanwangi mengalami kendala permodalan karena pinjaman usaha yang diambil pelaku UMKM mengalami kemacetan dan membutuhkan bantuan permodalan. Sejak merebaknya covid-19, pekerja UMKM mengalami penurunan kinerja sehingga terjadi pemutusan hubungan kerja dan kemacetan pembayaran kredit. Terganggunya kegiatan ekonomi akibat pandemi *Covid-19* berdampak signifikan terhadap pelaku UMKM keripik Singkong Pandanwangi yang memiliki pendanaan atau permodalan tidak sedikit dari pelaku UMKM keripik Singkong untuk mendapatkan modal mereka harus menjual aset-aset berharga yang mereka miliki seperti mobil, perhiasan dan berbagai barang yang bisa menghasilkan uang selain itu para pelaku UMKM agar bisa mendapatkan modal tambahan mengajukan pinjaman ke bank. Bantuan permodalan diperlukan agar pelaku usaha dapat mengatasi tantangan yang dihadapi selama pandemi *Covid-19*. Dalam hal pembiayaan dan kredit, semua bisnis memilih untuk mengajukan penundaan pembayaran dan keringanan bunga. Hal tersebut dilakukan oleh Ibu Nimah Ketika mengajukan permohonan keringanan kepada pihak bank yang menyatakan bahwa Pandemi *Covid-19* ini mengakibatkan usaha saya mengalami beberapa masalah dalam keuangan akibat dari penjualan yang menurun. Dari segi permodalan saya mengalami kesulitan saking sulitnya saya harus menggadaikan mobildan menjual perhiasan saya ini saya lakukan untuk menambah modal. Untuk mempertahankan usaha saya selain menjual asset-aset saya juga mengajukan bantuan pinjaman kredit ke bank.

Strategi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Keripik Singkong Pandanwangi Kota Malang Dalam Menghadapi Perekonomian Dimasa Pandemi Covid-19-19

Selain sebagai bencana, situasi pandemic covid-19 saat ini telah menimbulkan kerugian di berbagai aspek kehidupan sosial dan berpengaruh dalam ekonomi bangsa, akan tetapi, hal ini juga menghadirkan tantangan dan peluang pemerintah menjaga keberadaan UMKM di Indonesia. Tantangan tersebut dijelaskan sebagai kebutuhan akan solusi jangka pendek untuk menolong UMKM dan pekerja/karyawannya (Putri, 2020). Ketika mengalami keterpurukan. Sementara, peluang didefinisikan sebagai solusi jangka pendek, akan tetapi juga diharapkan terdapat solusi jangka Panjang, yang menjelaskan bagaimana UMKM di masa pademi covid-19 tidak hanya dapat bertahan tetapi juga mampu meningkatkan produksi usahanya dan menjadi salah satu aspek penopang ekonomi bangsa. Istilah yang telah dijelaskan mengenai dampak covid-19 terhadap perekonomian Indonesia dan bagaimana kondisi UMKM di Indonesia pada masa pandemic covid-19 telah menentukan kebijakan yang sesuai untuk membantu dan bermanfaat untuk peningkatan ekonomi warga negara ataupun untuk peningkatan UMKM. Namun, keberhasilan kebijakan pemerintah tersebut sangat terkendala oleh keikutsertaan penggerak usaha dalam masyarakat maupun peran masyarakat sebagai pembeli dan pemakai. Dengan hal ini, dibutuhkan kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat dalam bidang ekonomi di masa pandemic covid-19.

Strategi Jangka Pendek

Strategi jangka pendek yang dilakukan pelaku UMKM adalah penerapan protokol kesehatan secara ketat sesuai arahan Kemenkes RI dan Satgas Penanganan covid-19. UMKM harus benar-benar mematuhi protocol Kesehatan dalam menjalankan usahanya (Sari et al., 2022). Seperti diketahui, pemerintah mengizinkan UMKM Kembali beroperasi dengan syarat tertentu, antara lain penerapan protocol Kesehatan yang ketat, seperti adanya tempat cuci tangan, hand sanitizer, pengecekan suhu tubuh, pembatasan jumlah orang yang datang, dan membatasi waktu kunjung. Hasil dari penelitian yang peneliti lakukan para pelaku UMKM Keripik Singkong Pandanwangi sudah melakukan strategi jangka pendek dengan terus menjalankan protokol kesehatan yang diinstruksikan oleh pemerintah mulai dari menyediakan tempat cuci tangan di tdepan toko atau kios agar para pengunjung sebelum masuk ke toko bisa mencuci tangan terlebih dahulu sealin itu penjual memastikan bahwa para pengunjung diwajibkan menggunakan masker serta membuat sekat dari plastik transparan sebagai pembatas antar penjual dan pembeli. Semua upaya itu dilakukan para pelaku UMKM agar menjalankan aktivitas ekonominya dapat berjalan dengan lancar, penerapan protokol kesehatan tersebut sekaligus membantu pemerintah untuk mengurangi penyebaran Covid-19 yang mana kasus Covid-19 terus meningkat di Pulau Jawa.

Strategi Jangka Panjang

Langkah strategis jangka pendek di atas, peneliti menganalisis strategi jangka Panjang yang dijalankan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam mempertahankan dan menjaga bisnis di tengah pandemi Covid-19 termasuk 2 strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM keripik Singkong Kota Pandangalangi diantaranya sebagai berikut:

Pertama strategi memperluas pemasaran untuk emningkatkan penjualan. Para Pelaku UMKM Keripik Singkong Pandanwangi Kec. Blimbing Kota Malang dalam mengatasi permasalahan penjualan yang menurun menggunakan Strategi potongan harga hal ini agar produk keripik Singkong tetap laku dimasa sulit seperti yang terjadi saat ini, walaupun para pelaku UMKM Keripik Singkong mendapat keuntungan yang tiedak banyak namun cara ini ampuh untuk menarik konsumen membeli produk mereka dan strategi mengadakan dapat meningkatkan penjualan dimasa pandemi Covid-19.

Adapun Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga menetapkan strategi lain dengan mencari pasar baru. Mengenai masalah pemasaran yang terbilang sangat sulit dimasa pandemi seperti ini para pelaku UMKM keripik Singkong menggunakan strategi penjualan *online*. Seerti menjual *online* di beberapa media sosial dan *market place* seperti contoh di instagram sjopee, tokopedia, dan lain-lain. Walaupun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak semua menggunakan strategi ini. Strategi penjualan online cukup membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produk agar tetap bisa bertahan di amas pandemi Covid-19. Hasil penelitian juga mengatakan bahwa UMKM yang melakukan pemasaran *online* dengan pemasaran *offline* mengalami dampak yang berbeda. Berikut beberapa gambar yang menjelaskan strategi pemasaran UMKM keripik Singkong Pandanwangi Kec. Blimbing Kota Malang.

Penjualan secara onlin ini dilakukan oleh Bapak Arifin merupakan salah satu pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi untuk bertahan dimasa pandemic yang menyatakan bahwa:

“Saat ini selain berjualan di toko saya juga aktif berjualan di media social seperti shopee. Aplikasi watshapp, dan social media uamh ain untuk penjualan online saya dibantu oleh anak saya yang mengurus untuk pemasaran yang online dan saya yang menyiapkan pesannya. Dari hasil penjualan online sudah meningkat karena penjualan toko sangat sepi, jadi sekarang hanya bisa mengandalkan penjualan online di marketplace saja.”

Kedua strategi menghemat biaya produksi melihat semakin menurunnya pendapatan modal yang tersedia bagi pemilik UMKM untuk menjalankan usahanya menurun akibat dana yang Merika terima. Namun, di tengah arus tersebut, para pelaku UMKM keripik Singkong untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara pelaku mengajukan pinjaman kredit ke Bank, dari hasil penelitian ini beberapa pelaku mendapat bantuan dai pemerintah. Para pelaku UMKM juga memilih cara untuk mencari distributor baru dengan harga yang lebih murah. Selain itu, Sebagian besar pelaku UMKM Keripik Singkong lebih memilih dengan cara menurunkan jumlah tenaga sebagai upaya dalam penghematan biaya produksi seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nining yang mentakan bahwa :

“Biasanya saya ambil singkong di distributor, selain itu saya menghemat waktu dan tenaga sekarang saya menghemat pengeluaran mau tidak mau saya harus belajar mengiris singkong sendiri, memotong, menggoreng dan membungkus sendiri serta mengantar pesanan ke pelanggan. Dulu sebelum adanya Covid-19 karyawan saya yang menggoreng ada 2 orang memotong 2 orang yang membungkus ada 3 orang sekarang semua karyawan saya rumahkan, karena saya tidak mampu menggaji karyawan saya lagi akibat penurunan omset yang bahkan bisa minus. Saya mendapat bantuan berupa alat produksi kalau dari segi bantuan modal ketika saya mengajukan bantuan ke bank data saya ditolak karena masih adanya tanggungan pinjaman yang saya pinjam sebelumnya. Namun saya merasa terbantu dalam keadaan seperti ini pihak bank memahami kondisi saya, alhasil saya tidak harus membayar kredit dengan jumlah yang sudah ditentukan tiap bulannya, saya hanya membayar sebisa saya yang penting pembayaran bunganya tidak terlambat.”

Dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia pemerintah terus berupaya menyediakan sejumlah insentif melalui berbagai skema tambahan bantuan modal, kelonggaran dalam pembayaran kredit dan dukungan pembiayaan yang lain. Adapun terkait dengan pembiayaan dan prekreditan para pelaku UMKM keripik Singkong sudah merasakan kemudahan dari kebijakan pemerintah.

Pembahasan

Pandemic COVID-19 berdampak pada industri Malang. Salah satu perusahaan yang maju di Kota Malang adalah Sentra Industri Singkong Pandanwangi. Merupakan salah satu komponen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dan produk yang dihasilkannya khas Malang. Jajanan buah dan keripik singkong telah tercipta. UMKM Industri Singkong Pandanwangi merupakan pusat oleh-oleh Kota Malang. Dipilihnya UMKM Sentra Industri Singkong Pandanwangi karena merupakan salah satu UMKM yang telah memberikan hasil yang baik dalam mengangkat taraf hidup dan perekonomian masyarakat. Meski selamat dari Wabah Covid-19, setidaknya 20% UMKM di Kota Malang sempat berhenti berproduksi. Sekitar 8.000 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dilaporkan tidak dapat menjalankan usahanya atau membuat barang karena tidak ada pelanggan. Peraturan yang mengatur mulai dari PSBB hingga jam kerja diubah selama pelaksanaan strategi perlindungan COVID-19 antara Mei dan Juli. Pemerintah Kota Malang saat ini tengah berupaya mempercepat pemulihan stabilitas ekonomi masyarakat. Sesuai dengan penerapan prosedur kesehatan dan pembatasan kegiatan sosial yang menjadi kunci utama penanganan COVID-19, rencana pemulihan ekonomi Kota Malang tahun 2020 sangat berhasil.

Beberapa UKM Keripik Singkong Pandanwangi menawarkan dagangannya ke berbagai destinasi wisata dan luar daerah. UMKM mengalami kerugian akibat penghentian produksi sejak 31 Maret atau akibat himbauan untuk tetap di rumah. Tempat wisata Malang Raya tutup semua, namun pengunjung dan pendatang yang kerap menjadikan camilan asin renyah ini sebagai kenang-kenangan merupakan mayoritas pelanggannya. Namun di masa pandemi COVID-19, saat semua destinasi wisata diblokir, permintaan keripik singkong menurun. Akibat sepi pengunjung sejak Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Malang Raya diberlakukan, pendapatan yang diperoleh turun drastis. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Malang memilih untuk tetap menjalankan bisnis seperti

biasa. Untuk memenuhi permintaan pasar, banyak produsen yang memproduksi masker dan penutup wajah. Meski demikian, omzet yang diperoleh penurunan yang signifikan.

Sehingga dengan hal tersebut maka peneliti memiliki strategi jangka pendek dan jangka panjang dimana para pelaku UMKM Keripik Singkong Pandanwangi terus menjalankan protokol kesehatan yang diinstruksikan oleh pemerintah mulai dari menyediakan tempat cuci tangan di depan toko atau kios agar para pengunjung sebelum masuk ke toko bisa mencuci tangan terlebih dahulu selain itu penjual memastikan bahwa para pengunjung diwajibkan menggunakan masker serta membuat sekat dari plastik transparan sebagai pembatas antar penjual dan pembeli. Selanjutnya strategi jangka Panjang yang dilakukan yaitu yang pertama strategi memperluas pemasaran untuk meningkatkan penjualan, dimana para pelaku UMKM Keripik Singkong Pandanwangi Kec. Blimbing Kota Malang dalam mengatasi permasalahan penjualan yang menurun menggunakan Strategi potongan harga hal ini agar produk keripik Singkong tetap laku dimasa sulit seperti yang terjadi saat ini, walaupun para pelaku UMKM Keripik Singkong mendapat keuntungan yang tidak banyak namun cara ini ampuh untuk menarik konsumen membeli produk mereka dan strategi mengadakan dapat meningkatkan penjualan dimasa pandemi *Covid-19*, selain itu strategi penjualan online juga dilakukan dengan strategi ini cukup membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produk agar tetap bisa bertahan di masa pandemi *Covid-19*. Hasil penelitian juga mengatakan bahwa UMKM yang melakukan pemasaran *online* dengan pemasaran *offline* mengalami dampak yang berbeda.

Selanjutnya strategi kedua yang dilakukan adalah strategi menghemat biaya produksi melihat semakin menurunnya pendapatan modal yang tersedia bagi pemilikUM KM untuk menjalankan usahanya menurun akibat dana yang mereka terima. Namun, di tengah arus tersebut, para pelaku UMKM keripik Singkong untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara pelaku mengajukan pinjaman kredit ke Bank, dari hasil penelitian ini beberapa pelaku mendapat bantuan dai pemerintah. Para pelaku UMKM juga memilih cara untuk mencari distributor baru dengan harga yang lebih murah. Selain itu, Sebagian besar pelaku UMKM Keripik Singkong lebih memilih dengan cara menurunkan jumlah tenaga sebagai upaya dalam penghematan biaya produksi Dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia pemerintah terus berupaya menyediakan sejumlah insentif melalui berbagai skema tambahan bantuan modal, kelonggaran dalam pembayaran kredit dan dukungan pembiayaan yang lain. Adapun terkait dengan pembiayaan dan prekreditasi para pelaku UMKM keripik Singkong sudah merasakan kemudahan dari kebijakan pemerintah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Pratiwi, 2020) memberikaan pemamparan pandemi Covid-19 menurunkan pendapatan UMKM di desa Blado. Dampak tersebut, dirasakan oleh pedagang di Pasar Blado diantaranya penurunan omzet penjualan karena kebijakan PSBB. Pedagang bingung menjual dagangannya karena sulit mencari pembeli di masa pandemic, sehingga pendapatan mereka terus menurun drastis. Namun, dengan adanya kebijakan new normal Para pedagang kesusahan menjual dagangannya dikarenakan sulit mendapatkan pembeli di masa pandemic, sehingga pendapatan mereka terus menurun drastic. Akan tetapi, sejak diberlakukannya *new normal*, kebijaksanaan tersebut mampu meningkatkan pendapatan para pedagang, akan tetapi hal itu belum dirasakan oleh semua pedagang, karena masih ada beberapa pedagang yang tidak mengalami kenaikan pendapatan

KESIMPULAN

Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan berdasarkan temuan mengenai dampak Covid-19 terhadap UMKM Keripik Singkong Pandanwangi Kec. Blimbing Kota Malang yakni meliputi 4 dampak yakni penjualan, pemasaran, pendanaan atau permodalan, keempat aspek produksi dan distribusi bahan baku aspek penjualan memiliki dampak yang signifikan pada aspek-aspek ini. Jika penjualan turun, maka akan berpengaruh terhadap aspek lainnya. Dampak pandemi Covid-19 mengakibatkan penjualan menurun, UMKM di Keripik Singkong mengalami penurunan rata-rata sebesar 70%, dari segi pemasaran pelaku UMKM mengalami kendala karena adanya kebijakan pemerintah seperti PSBB PPKM dan batasan jam operasional selain itu dampak yang diakibatkan dari pandemi Covid-19 ialah pada pendanaan dan permodalan, banyaknya UMKM yang kesulitan membayar cicilan bank, hampir semua UMKM (khususnya pengusaha mikro) kesulitan dalam menjalankan kewajibannya berupa pembayaran cicilan bank. Strategi yang digunakan untuk mengurangi dampak covid-19 menggunakan strategi jangka pendek dan jangka panjang. Pelaku UMKM menggunakan social media dan e-commerce sebagai bagian dari strateginya. Strategi ini mampu membantu UMKM dalam kegiatan pemasaran dan memperluas pasarnya di masa pandemi

covid-19. Berdasarkan studi yang telah dilakukan, UMKM keripik Singkong Pandanwangi Kec. Blimbing, Kota Malang menggunakan strategi penjualan secara online. Studi ini juga menemukan bahwa UMKM yang berjualan secara online memiliki peluang bertahan yang lebih baik dibandingkan UMKM yang harus berjualan secara offline.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2020). *Dampak pandemi Covid-19 bagi UMKM serta strategi e-marketing UMKM di Indonesia*.
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123–131.
- Fristian, S. C. (2014). Analisis Karakteristik Dan Identifikasi Kendala Yang Dihadapi Umkm Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Sentra Industri Tempe Sanan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Muwarti, F. D., Hasibuan, R. P., & Pratiwi, D. A. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Bengkong Kota Batam Tahun 2020. *Jurnal Trias Politika*, 6(2), 218–226.
- Nabilah, S., Nursan, M., & Suparyana, P. K. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap umkm (studi kasus umkm zea food di kota mataram). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2655–2660.
- Permadi, P. L., & Sudirga, I. M. (2020). Problematika Penerapan Sistem Karantina Wilayah Dan PSBB Dalam Penanggulangan Covid-19. *Jurnal Kertha Semaya*, 8(9), 1355–1365.
- Pratiwi, A. A. (2020). *Pemanfaatan Recycle Asphalt Pavement dengan Peremaja Aspal Berupa Endapan Crude Palm Oil untuk Struktur Perkerasan Jalan AC-WC*.
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147–162.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120.
- Sari, A. N., Fezi, F. W. A., Putri, N. H., & Fitriana, N. (2022). Gaya Kepemimpinan Dalam Mendukung Perilaku Organisasi Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan Syari'ah Vol. 11 No. 1, Maret 2022*.
- Siahaan, M. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap dunia pendidikan. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan*, 20(2).
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supriyadi, I. (2020). Sosialisasi Gerakan 3M Guna Memutus Rantai Covid-19 Di Desa Seruni Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 3(1), 95–112.
- Suryani, E. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (studi kasus home industri klepon di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1591–1596.
- Teguh, R., Sahay, A. S., & Adji, F. F. (2020). Pemodelan Penyebaran Infeksi Covid-19 Di Kalimantan, 2020. *Jurnal Teknologi Informasi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika*, 14(2), 171–178.

- Utami, R. S., Ginting, H., & Khairil, M. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Perkembangan Umkm (Studi Kasus: Home Industri Kopi Sikarta) Di Desa Sialang Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Widya*, 1(1), 30–42.
- Venny Suryanto. (2020). *Ada 1.785 koperasi dan 16.313 UMKM terdampak pandemi Covid-19*. Kontan.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/ada-1785-koperasi-dan-16313-umkm-terdampak-pandemi-Covid-19>