

KONDISI PEREKONOMIAN UMKM DI MASA KRISIS PANDEMIK DITINJAU DARI PENDEKATAN MASHLAHA EKONOMI ISLAM

Lita Ayudha Ningsih

Dosen STIT Al-Qur'an Al-Ittifaqiyah Ogan Ilir Sumatera Selatan

e-mail : litaayudha@gmail.com

Abstract

The progress of the UMKM industry has also supported the country's economy, especially in Indonesia. The UMKM industry has become neutral because it supports a large workforce and is sufficient to meet public demand for various product lines that are needed, both services, consumption, and other equipment. However, along with the development of the small business industry a great deal occurred in early 2020 which shook the life sectors of society from various fields. The Covid-19 pandemic crisis made the whole world panic. The whole world experiences various social and economic crises, which require all people to reduce their work activities outside because it reduces the optimal activities of workers and also the education sector. Many small business actors who rely on daily income, must experience a decrease in turnover due to reduced demand, to a reduction in employees. However, despite this setback, some things have come to the attention of the government to stabilize economic activity in the small business sector as well as things that must be done by UMKM so that the financial condition of their businesses will remain stable during the pandemic.

Keywords: *UMKM, Small Business, PANDEMIC*

Abstrak

Kemajuan industry UMKM turut menyokong perekonomian negara, khususnya di Indonesia Industri UMKM, menjadi setral karena banyak menyokong tenaga kerja serta mencukupi permintaan masyarakat akan berbagai lini produk yang di butuhkan, baik jasa, konsumsi, dan perlengkapan lainnya. Namun, seiring perkembangan industry UMKM tatangan hebat terjadi di awal 2020 yang menggoyahkan sektor kehidupan masyarakat dari berbagai bidang. Krisis pandemic Covid-19 membuat seluruh dunia mengalami kepanikan. Seluruh dunia mengalami berbagai krisis baik dari social maupun ekonomi, yang mengharuskan seluruh manusia mengurangi aktivitas bekerja di luar karena hal itu mengurangi optimal nya kegiatan para pekerja dan juga sektor pendidikan pun menjadi imbasnya. Banyak pelaku UMKM yang mengandalkan dari penghasilan harian, harus mengalami penurunan omset akibat permintaan yang mulai berkurang, hingga pengurangan pegawai. Namun di balik kemunduran tersebut, beberapa hal pun menjadi perhatian pemerintah guna tetap menstabilkan kegiatan perekonomian di sektor UMKM serta adapun hal-hal yang harus di lakukan pelaku UMKM agar kondisi keuangan usaha mereka akan tetap stabil di masa pandemic.

Kata Kunci: UMKM, kondisi perekonomian, PANDEMIC

Pendahuluan

Seiring perkembangan zaman di era 4.0, perilaku gaya hidup membuat manusia lebih banyak melakukan beragam inovasi dan sebuah gebrakan baru dalam hidup. Di Indonesia sendiri salah satu contohnya adalah munculnya inovasi-inovasi baru dari generasi muda untuk membuat sebuah dunia usaha melalui UMKM, baik dari UMKM kuliner, pakaian, sampai UMKM untuk alat-alat perabot rumah tangga. Bahkan dari perspektif dunia, diakui bahwa UMKM memainkan suatu peran yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, di negara maju sendiri UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja di bandingkan usaha besar.¹

Konsumsi masyarakat akan barang-barang UMKM pun patut di perhitungkan, karena produk UMKM anak negeri tidak kalah bersaing dari produk-produk keluaran perusahaan besar. Bahkan beberapa produk UMKM Indonesia berhasil menembus pasar global yakni dari produk kerajinan, fashion, kuliner hingga hasil pertanian. Namun, lebih diminati dan menjadi favorite oleh luar negeri adalah kerajinan dan fashion.²

Pemerintah Indonesia juga sangat mendukung kegiatan UMKM yang sangat berkembang saat ini, terhitung sektor UMKM ini berhasil menghidupi 58,97 juta orang di Indonesia, kontribusi sektor usaha mikro, kecil dan menengah terhadap produk domestic bruto meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dalam lima tahun terakhir. Peran pemerintah dalam mempercepat ruang gerak UMKM ini sangat cepat dari segi regulasi, perpajakan, mempermudah perizinan, serta jangkauan akses pasar yang luas dan pendanaan dengan bunga ringan.³

Disamping kesuksesan produk UMKM Indonesia yang berhasil masuk ke pasar global, di awal tahun 2020 sebuah wabah besar masuk di berbagai belahan dunia. Yang mana merubah sebuah gaya hidup manusia, baik dari kehidupan social, ekonomi dan budaya. Sebuah wabah besar yang merubah banyak system di setiap negara, merubah suatu peradaban yang menjauh dari hingar binger kehidupan. Bahkan suatu Negara seperti New York yang 24 Jam tidak pernah tidur pun dapat berubah menjadi sebuah kota sepi. Banyak menjadi pertanyaan bagi masyarakat awam, apakah sebuah Musibah dunia ini mengubah juga minat konsumsi masyarakat akan produk-produk UMKM, dan bagaimana para pelaku-pelaku UMKM di Indonesia sendiri mampu bertahan di tengah

¹ Tulus H Tambunan, Usaha Mikro, kecil, dan menengah, penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2017, hlm. 9.

³ Paskalia, Ini nih bukti kepedulian pemerintah terhadap UMKM, Terbit 5 Juli 2019.
(www.modalkakyat.id/blog/ini-nih-bukti-kepedulian-pemerintah-terhadap-UMKM.)

kesulitan dunia saat ini. Agar tetap mempertahankan produksi dan menjamin kehidupan dari para karyawan-karyawannya. Dikarenakan, terhitung sejak pandemic kementerian ketenagakerjaan merilis lebih dari 1,5 juta orang Indonesia kehilangan pekerjaan karena imbas COVID-19. Sebanyak 10,6 persen diantaranya atau sekitar 160 ribu orang kehilangan pekerjaan karena PHK, sedangkan 89,4 persen lainnya karena dirumahkan. Jumlah pekerja yang di PHK sebanyak 160.067 pekerja dari 24.225 perusahaan. Sedangkan yang dirumahkan sebanyak 1.080.765 pekerja dari 27.340 perusahaan.⁴

Tinjauan Pustaka

Telah di muat dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah. Kriteria usaha kecil sendiri memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- lima puluh juta rupiah sampai paling banyak Rp. 500.000.000,- lima ratus juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.-, tiga ratus juta rupiah sampai paling banyak Rp.2.500.000.000,- dua setengah triliun rupiah.⁵

Jurnal Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati dari Universitas Muhammadiyah Malang yang berjudul Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis industry kreatif di Kota Malang mendapatkan hasil bahwa di kota Malang sendiri cukup besar potensi di bidang UMKM yakni potensi di 15 sektor industry kreatif, dari semua sektor tersebut tiap sektor memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berbeda. Salah satu yang menjadi kendala dalam perkembangan UMKM ini adalah dari sumber daya manusianya. Pada factor pemasaran perlu adanya sinergi untuk bekerjasama antara semua sektor industry kreatif baik dengan pemerintah maupun dengan pihak swasta.⁶

Jurnal Musa Hubeis, Budi Purwanto, Farida Ratna Dewi, Hardiana Widyastuti, Mita Febtyasnita dari Institute Pertanian Bandung dengan Judul Strategi Pengembangan UMKM pangan yang berdaya saing di Indonesia yang berisi bahwa UMKM pangan berdaya saing di kota Bandung, Surabaya, dan Palembang memiliki karakteristik yang sama dalam aspek produksi, pemasaran, SDM, legalitas dan dukungan istitusi. Serta penggunaan bahan baku local yang menjadi keunikan khas

⁴Dikutip dari berita online yang berjudul “Nasib Kami yang di-PHK karena Corona” Diakses 18 april 2020)

⁵ Dikutip dari etrade.id (Pengertian UMKM Definisi Kalsifikasi dan Contohnya) Diakses 11 Februari 2017)

⁶ Dikutip dari e-journal UMM yang berjudul Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis industry kreatif di Kota Malang mendapatkan hasil bahwa di kota Malang (Diakses Sabtu, 18 April 2002, Pukul 14.25 WIB)

daerah tersebut. Strategi pengembangan UMKM pangan berdaya saing di ketiga kota tersebut meliputi : 1) Peningkatan kerja sama untuk menjaga kontinuitas ketersediaan bahan baku antar daerah, 2) Pembangunan kawasan/serta produk UMKM dan 3) Peningkatan peran pemerintah daerah, perusahaan swasta atau BUMN, perguruan tinggi dan lembaga litbang.

Menurut Rahmana (2008) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria :

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengerajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).⁷

Beberapa keunggulan industri kecil terhadap usaha besar anatara lain adalah sebagai berikut :

- a) Inovasi dalam teknologi yang telah mudah terjadi dalam pengembangan produk

Inovasi merupakan suatu kreativitas yang dihadirkan guna menumbuhkan minat, dalam teknologi sendiri inovasi yang dihadirkan sejauh ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, dan juga berdampak pada lingkungan bisnis. Kepekaan atas kemajuan teknologi juga seharusnya dapat di pahami lebih mendalam lagi bagi pelaku usaha bisnis, guna menghasilkan informasi untuk menunjang kinerja industri kecil tersebut.

- b) Hubungan kemanusiaan yang akrab dalam perusahaan kecil. Dalam ekonomi islam sudah di ajarkan akan hubungan baik sesama manusia, apalagi dalam hubungan perdagangan sangat di utamakan hubungan langsung antar manusia. Ukhuwah ataupun hubungan baik sesama melahirkan kerukunan hidup dan kesetiakawanan sosial. Dalam islam sendiri sudah di jelaskan secara

⁷Lihat : Kemenkeu.go.id (Diakses 21 februari 2017)

jelas tentang hubungan baik sesama manusia. Sebagaimana yang tertulis dalam Al quran surat Ali Imran ayat 103 :“Dan berpegang teguhlah kamu sekalian dengan tali Allaah dan janganlah kamu sekalian berpecah belah, dan ingatlah nikmat Allah atas kamu semua ketika kamu bermusuh-musuhan maka Dia (Allah) menjinakkan antara hati-hati kamu maka kamu menjadi bersaudara.” Begitupun dalam etika berbisnis, menjaga hubungan baik sesama rekan kerja merupakan poin utama untuk melancarkan rezeki.

- c) Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.

Rekrutmen dilakukan karena tersedianya lowongan kerja yang cukup besar pada berbagai unit kerja dalam organisasi, antara lain karena adanya organisasi yang baru didirikan, adanya perluasan usaha dengan diversifikasi, adanya pekerja yang berhenti, mengundurkan diri, pensiun, dan alasan lainnya. Apapun alasannya sehingga terdapat pekerjaan yang lowong didalam organisasi. Yang pasti, lowongan itu harus segera diisi dengan pejabat yang sesuai dan cocok agar jangan sampai terjadi kevakuman dan perlambatan proses operasional pelaksanaan tugas. Untuk mengisi lowongan kerja dengan segera mungkin haruslah dilakukan kegiatan rekrutmen. Dalam islam juga ada penjelasan tentang rekrutmen yakni di Al Qur'an surat Al Qashah ayat 46 : “Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: “Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”. Dalam hal rekrutmen kepercayaan antara kedua belah pihak sangat di utamakan. Serta menempatkan orang yang bekerja keras dan jujur adalah suatu hal yang diutamakan.

- d) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat bersanding dengan perusahaan skala besar yang pada umumnya birokratis

Kemampuan usaha kecil untuk menyesuaikan diri agar bisa bersaing dengan pelaku usaha berskala besar. Yaitu dengan menyesuaikan kemajuan pasar yang ada serta melihat peluang yang ada di masyarakat. Inovasi dalam penentuan produk sangat di utamakan.

- e) Terdapatnya dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.⁸

Mampu mengelola usaha dengan semaksimal mungkin, serta pentingnya mengikuti pelatihan-pelatihan kewirausahaan guna mematangkan ilmu dan membuka wawasan akan perkembangan dunia pasar saat ini. Perlunya juga untuk dilakukan seminar-seminar kecil untuk mematangkan ilmu wirausaha.

Sebelum menuju puncak kesuksesan dalam bidang UMKM, ada beberapa tantangan yang mesti di hadapi. Indonesia sendiri pertumbuhan atau perkembangan UMKM dihalangi oleh beberapa macam hambatan. Hambatan-hambatan tersebut (atau intensitasnya) bias berbeda di satu daerah dengan daerah lain atau antara perdesaan dan perkotaan atau antarsektor atau antarsesama perusahaan di sektor yang sama. Namun, persoalan yang umum terjadi untuk semua UMKM di negara manapun juga ialah rintangan-rintangan yang meliputi keterbatasan modal kerja maupun investasi, kesulitan-kesulitan dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku, keterbatasan akses ke informasi, peluang pasar, keterbatasan pekerja dengan keahlian tinggi serta kemampuan teknologi.⁹

Pembahasan

1. Perkembangan UMKM dan Sektor Pendapatan UMKM

Peningkatan daya saing masyarakat untuk menciptakan inovasi baru dan juga membuka lapang kerja bagi masyarakat menjadi trend modern saat ini. Banyak factor yang mempengaruhi keberadaan UMKM, di antara yang utama adalah tingkat pendapatan riil per kapita dan kepadatan penduduk. Secara teori, kedua factor ini mempengaruhi proses transformasi UMKM lewat efek-efek langsung dan secara bersamaan terhadap sisi permintaan (*pasar output*) dan sisi penawaran (*pasar tenaga kerja*) dari UMKM. Efek-efek sisi permintaan dan sisi penawaran dari perubahan-perubahan dari kedua factor tersebut terrefleksikan, masing-masing dalam perubahan permintaan pasar terhadap produk-produk buatan UMKM dan dalam perubahan penawaran tenaga kerja UMKM.¹⁰

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, misalnya usaha kuliner. Pada sepuluh tahun terakhir

⁸Jurnal Research UPI Edu. Hal 11-14 (diakses 4 September 2017)

⁹ Tulus T.H Tambunan "Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah" Hlm. 44

¹⁰Tulus T.H Tambunan "Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah" Hlm. 18

perkembangan UMKM di Indonesia mencapai 99,9 persen dari total unit usaha di Indonesia.¹¹

Tabel 1
Perkembangan Data UMKM Tahun 2017-2018¹²

¹¹Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar (<https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>) Diakses Minggu, 19 April 2020

¹² Dikutip dari website : www.depkop.go.id

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2017		TAHUN 2018		PERKEMBANGAN TAHUN 2017- 2018	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(6)	(7)
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	62.928.077		64.199.606		1.271.529	2,02
		(Unit)		99,99		99,99		2,02
	A. Usaha Mikro, kecil dan menengah		62.922.617		64.194.057		1.271.440	
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)		98,70		98,68		2,00
	- Usaha Kecil (UK)		62.106.900		63.350.222		1.243.322	
	- Usaha Menengah (UM)	(Unit)		1,20		1,22		3,44
		(Unit)	757.090	0,09	783.132	0,09	26.043	3,54
			58.627		60.702		2.075	
2	TENAGA KERJA (A+B)	(Orang)	120.260.177		120.598.138		337.961	0,28
		(Orang)		96,82		97,00		0,47
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)		116.431.224		116.978.631		547.407	
- Usaha Mikro (UMi)	(Orang)		87,73		89,04		1,77	

	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	105.509.631	5,44	107.376.540	4,84	1.866.909	-10,93
	- Usaha Menengah (UM)	(Orang)	6.546.742	3,64	5.831.256	3,13	-715.486	-13,81
			4.374.851		3.770.835		-604.016	
3	PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (A+B)	(Rp. Milyar)	12.840.859,0		14.038.598,5		1.197.739,6	9,33
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	7.820.282,6	60,90	8.573.895,3	61,07	753.612,8	9,64
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)		37,59		37,77		9,85
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	4.827.398,9		5.303.075,7		475.676,8	
	- Usaha Menengah (UM)	(Rp. Milyar)		9,61		9,60		9,14
			1.234.334,1	13,69	1.347.104,3	13,70	112.770,2	9,39
			1.758.549,6		1.923.715,4		165.165,7	

Berdasarkan table di atas, dapat di lihat bahwasanya peningkatan dari tahun 2017-2018 di sektor UMKM, hal ini mennadakan peran UMKM sangat berpengaruh dalam perekonomian negara. Serta, membantu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Sebuah wadah kecil namun memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian suatu negara. Dimana UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di negara itu. Di Indonesia Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah UU No. 20/2008, dalam UU tersebut UMKM dijelaskan sebagai: *“perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.”* Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam UU tersebut.

Kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta - Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta - Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

1. Bidang Usaha UMKM

Jumlah UMKM sangat banyak. Jika dibandingkan dengan jumlah unit Usaha Besar yang hanya sekitar 5.000 unit, maka jumlah UMKM lebih dari 10.000 kali lebih banyak! UMKM sebanyak itu, bergerak di bidang usaha apa saja, ya? Berdasarkan paparan dari perwakilan BPS di suatu FGD yang pernah kami selenggarakan bersama Kementerian Koperasi dan UKM RI (pada 31 Oktober 2017), disampaikan bahwa secara umum bidang usaha UMKM dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu Pertanian dan Non-Pertanian. Jumlah usaha di kelompok Pertanian dihitung melalui Sensus Pertanian 2013, sementara yang non-pertanian dihitung melalui Sensus Ekonomi 2016. Kondisi ini membuat perhitungan total jumlah UMKM menjadi agak membingungkan, karena tidak bisa jumlah angka usaha pertanian (2013) ditambahkan dengan jumlah usaha non-pertanian (2016). Terlebih, pada Sensus Ekonomi 2016, BPS mengategorikan publikasi datanya ke dalam 2 kelompok: Usaha Mikro Kecil

(UMK) dan Usaha Menengah Besar (UMB); jadi kita tidak bisa mengetahui rincian per skala mikro, kecil, menengah, dan besar.

Untuk melakukan ini mungkin butuh akses ke database mentah hasil Sensus Ekonomi 2016 tersebut. Alih-alih mempermasalahkan soal data, setidaknya dari hasil Sensus Pertanian BPS 2013, kita bisa mengetahui bahwa jumlah Rumah Tangga Usaha Pertanian adalah 26.135.469 unit; diantaranya ada 0.016% atau sekitar 4200 unit yang sudah berbadan hukum. Sementara berdasarkan hasil Sensus Ekonomi BPS 2016, diketahui bahwa jumlah UMK adalah 26.263.649 unit, sementara jumlah UMB adalah 447.352 unit. Bagaimana mengenai Bidang usahanya? Berikut kami sajikan distribusi Bidang Usaha untuk UMK.

a. Perdagangan besar & eceran

Usaha di bidang perdagangan besar dan eceran adalah penjualan barang tanpa adanya proses merubah bentuk produk yang diperdagangkan, kecuali sebagai kegiatan penyortiran atau pengemasan ulang. Contohnya adalah pedagang buah-buahan yang membeli buah dalam skala besar (truk) untuk dijual kembali secara eceran (kiloan); atau distributor kripik yang mengumpulkan kripik yang diproduksi oleh beberapa ibu rumah tangga, untuk kemudian dikemas, diberi label, dan dijual secara eceran pula.

b. Penyediaan akomodasi & penyediaan makan minum

Usaha akomodasi dan penyediaan makan minum mencakup jenis usaha restoran, rumah makan, jasa boga (katering), pusat penjualan makanan (*food court*), kafe dll. Usaha katering yang melayani penyediaan makanan untuk acara atau kebutuhan logistik (misalnya pengadaan makanan atau snack untuk pesawat terbang, kereta api, kapal, dll) juga termasuk ke dalam kategori ini.

c. Industri pengolahan

Industri pengolahan meliputi berbagai kegiatan produksi yang mengubah bentuk bahan baku/mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang siap digunakan atau dikonsumsi. Misalnya industri kain yang mengubah kapas menjadi kain; atau industri konveksi yang mengubah bentuk kain menjadi berbagai jenis pakaian; atau industri minuman dalam kemasan yang mengubah berbagai jenis buah menjadi minuman jus di dalam botol yang

siap dikonsumsi. Adapun di kategori Industri Pengolahan ini (manufaktur), terdapat sekitar 3.4 juta pelaku UMKM (BPS, 2015), yang mayoritas bergerak di 5 bidang Industri, yaitu Makanan dan Minuman (44.9%); Kerajinan Kayu dan anyaman (19.9%); Tekstil dan pakaian jadi (14.4%); Barang galian bukan logam seperti industri tepung, mika, dll (6.9%); dan furnitur (3.5%).¹³

2. Kondisi UMKM Saat Pandemi

Pada awal 2020 saat wabah pandemi, menjadi ketakutan bagi para pelaku UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) hal itu dikarenakan Indonesia didominasi oleh sekitar 58 juta pelaku bisnis UKM, atau mencapai 98 persen dari total unit usaha yang tersebar di seluruh negeri. Di masa wabah ini masyarakat mengurangi beberapa aktivitas ekonomi baik dalam bentuk tersier ataupun kebutuhan hiburan, penetapan kegiatan belajar mengajar yang diliburkan pun sangat berpengaruh bagi pendapatan beberapa UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Sandiaga Uno yang merupakan tokoh penggiat perkembangan UMKM melakukan riset bersama timnya mengatakan bahwa sebanyak 67 persen masyarakat dan sektor UMKM merasakan dampak buruk dari pandemi yang menyerang Indonesia selama kurang lebih dua bulan terakhir.¹⁴

Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar pada keberlangsungan bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% pelaku UKM mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap proses bisnisnya. Sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Tak hanya itu, 51% pelaku UKM meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan satu bulan hingga tiga bulan ke depan. Sebanyak 67% pelaku UKM mengalami ketidakpastian dalam memperoleh akses dana darurat, dan 75% merasa tidak mengerti bagaimana membuat kebijakan di masa krisis. Sementara, hanya 13% pelaku UKM yakin, mereka memiliki rencana penanganan krisis dan menemukan solusi untuk mempertahankan bisnis mereka. Dari sisi pemerintah sendiri, Kementerian Koperasi dan UKM telah membuka layanan hotline 1500 587 yang ditujukan sebagai tempat aduan bagi UKM yang usahanya terkena dampak pandemi Covid-

¹³Dikutip dari Artikel Dewi Meisari Haryanti dan Isnati Hidayah "Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar" <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62> Diakses 20 April 2020

¹⁴Dikutip dari Artikel yang berjudul "Ada Pandemi Covid-19, Sandiaga: Pendapatan Sektor UMKM Cenderung Menurun" Diakses Kamis 30 April 2022 Pukul 09.50 WIB)

19 ini mulai pertengahan Maret lalu. Pendataan ini kemudian menjadi acuan dari pemerintah untuk menyiapkan program-program antisipasi dampak Covid-19, antara lain mengajukan stimulus daya beli UKM dan koperasi, program belanja di warung tetangga untuk menggerakkan ekonomi sekitar, restrukturisasi kredit bunga, memasukkan sektor mikro dalam program kartu prakerja, bantuan langsung tunai, hingga relaksasi pajak untuk UKM. Dimana pemerintah berharap program-program ini bisa membantu koperasi dan UKM bertahan di masa pandemi ini.¹⁵

Semenjak wabah corona merebak di Indonesia dalam satu bulan terakhir, UMKM menjadi salah satu sub-sektor yang terdampak secara signifikan terutama untuk usaha berskala mikro. Pusat Penelitian Ekonomi (P2E) LIPI membuat sebuah perhitungan yang memperlihatkan bahwa penyebaran virus corona akan menghantam UMKM yang selama ini menopang aktivitas sektor pariwisata terutama yang berkaitan dengan makanan, minuman, serta usaha kerajinan kayu dan rotan.¹⁶

Guna membantu UMKM (usaha, mikro, kecil dan menengah) saat masa pandemi, pemerintah mengeluarkan sebuah kebijakan baru dimana pemerintah akan memberikan relaksasi perpajakan bagi pelaku usaha yang tergolong kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdampak pandemi *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) selama 6 bulan. Hal tersebut disampaikan Menteri Koperasi dan UKM.¹⁷ Pemerintah memberikan keringannya pembayaran bunga untuk debitur kategori mikro dan kecil atau dengan nilai pinjaman dibawah 500 juta atau setara dengan kredit usaha rakyat (KUR) sebesar 6 persen untuk tiga bulan pertama. Bunga pinjaman tersebut akan di tanggung pemerintah. Sementara untuk 3 bulan berikutnya, bunga yang ditanggung oleh pemerintah sebesar 3 persen. Selain itu untuk usaha kecil yang nilainya dibawah KUR serta usaha mikro hingga pengusaha kecil yang melakukan pinjaman melalui penggadaian pemerintah memberikan bantuan kredit berupa subsidi

¹⁵Dikutip dari Artikel Simak strategi bertahan bagi UKM hadapi krisis akibat Covid-19, [Hermansah](#) Minggu, 12 Apr 2020 10:50 WIB

¹⁶Stimulus UMKM di Tengah Badai Corona, Bagus Nuari Harmawan – detikNews Senin, 13 Apr 2020 12:00 WIB

¹⁷ **Kado Jokowi untuk UMKM: Pinjaman Mudah, Bebas Pajak , Chandra Gian Asmara, CNBC Indonesia**

bunga sebesar 6 persen selama enam bulan.¹⁸ Hal itu semua merupakan usaha pemerintah agar industry UMKM tetap dalam kondisi aman , mengingat peran UMKM saat besar dalam kemajuan perekonomian negara khususnya Indonesia.

Namun, di awal tahun 2020 akan menjadi sejarah baru. Dimana dampak negative yang timbul dari wabah covid-19 ini mempengaruhi banyak sektor, salah satunya adalah UMKM .beberapa kasus terhadap para pelaku UMKM yang terpaksa harus memberhentikan para pekerjanya, akibat permintaan menurun dan juga beban yang harus di bayarkan terus bertambah.

Namun, pemerintah tidak tinggal diam dalam masa krisis ini. Guna mendukung aktivitas UMKM lewat menteri keuangan menyampaikan dalam rangka mendukung program pemulihan ekonomi nasional termaksud stimulus untuk ultra mikro senilai Rp 150 triliun.¹⁹ Disamping itu juga, pendapatan sektor UMKM yang mengandalkan pendapatan harian pun sangat dirasakan dampaknya bagi pelaku UMKM. Menteri Koperasi dan UMKM pun menegaskan Sebagai salah satu langkah untuk meringankan beban UMKM, pemerintah telah mendorong pelaku mendapatkan bantuan sosial, khususnya bagi yang tercatat sebagai orang miskin baru. Sedangkan bagi pengusaha kecil yang masih bisa menjalankan bisnis, mereka diberikan berbagai stimulus, seperti relaksasi **kredit**.²⁰

Pemerintah dalam hal ini telah menjadi support system bagi para pelaku UMKM agar tetap bertahan di masa pandemic, hal tersebut sudah menjadi langkah yang baik. Untuk meringankan beban produksi dan pemasukan yang menipis seiring dengan wabah yang terjadi.

Namun, dibalik semua berita tentang sepi pendapatan para pelaku UMKM beberapa sumber menyatakan bahwa tidak semua UMKM merugi akibat wabah covid-19 ini, kerugian yang dialami oleh sebagian besar pelaku UMKM yakni 65 persen mengeluhkan karena jumlah permintaan menurun baik permintaan dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, pelaku UMKM ini ada yang sifat pendapatannya harian. Tentunya, menyebabkan pelaku UMKM tak

¹⁸ Artikel dengan judul “Ini syarat bagi UMKM yang ingin dapat kelonggaran kredit dari Sri Mulyani” dari Kompas.com Di akses Kamis, 30 April 2020

¹⁹ Dikutip dari berita online yang berjudul “ Menghitung dampak Covid-19 terhadap dunia usaha hingga UMKM” (Diakses 12 April 2020)

²⁰ Dikutip dari berita online yang berjudul : Pandemi Corona, UMKM Berpotensi Menghadapi Masalah Hukum (Diakses 14 Mei 2020)

sanggup membayar cicilan dan pajak. Namun, beberapa UMKM mulai melakukan inovasi baru dimana pelaku UMKM konveksi yang mulai sepi pesanan, merubah menjadi pembuat APD dan juga para penjual yang biasa membuka toko merubah system penjualan dengan memanfaatkan teknologi media online.

Pada kondisi saat ini setiap pelaku usaha mesti kembali lagi pada strategi bisnis awal dimana sebuah perencanaan bisnis harus di matangkan guna mengantisipasi kerugian di masa yang akan datang. Dimana, saat ini peluang usaha yang berkaitan dengan kebijakan social dintanting yang di terapkan pemerintah bias mnejadi motivasi para pelaku usaha untuk meng upgrade usaha mereka, dengan menyesuaikan dengan keadaan saat ini. Serta meningkatkan strandar operasional baik dari segi keamanan dan kebersihan .

Laju pergerakan impor pun mengalami kendala, dikarenakan semua negara mengalami pandemic ini sebuah peluang yang bias di ambil bagi para pelaku UMKM untuk mensubtitusi produk impor, misal seperti buah, jamur, sayur, bahan baku industri *spare part* karena impor terganggu. Kesempatan emas yang bisa di dimanfaatkan bagi pelaku UMKM yang mengalami penurunan permintaan akan produknya, sebab untuk saat ini kebutuhan pangan sangat lebih dominan menjadi permintaan utama masyarakat.

3. Konsep Masalah

Menurut Mannan (1997;4) Konsumsi adalah permintaan. Kandungan mashlaha dalam ekonomi islam yang berarti membahas tentang segi manfaat dan berkah. Begitupun juga dari segi konsumsi, dimana konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari apa yang dikonsumsinya. Masalah merupakan tujuan utama dalam mengkonsumsi barang, sebab maksimasi masalah merupakan cara untuk mencapai falah. Pengaruh masalah terhadap permintaan tidak bisa dijelaskan secara sederhana, sebagaimana pengaruh faktor-faktor lainnya, sebab ia akan tergantung pada tingkat keimanan. Jika mereka melihat barang dengan kandungan berkah yang tinggi, maka mereka akan meninggalkan barang dengan kandungan berkah yang rendah dan menggantinya dengan barang dengan kandungan berkahnya lebih tinggi. Dengan demikian, jika masalah relatif turun, maka jumlah barang yang diminta akan turun juga, begitu juga sebaliknya. Menjadi suatu keterkaitan antara

permintaan konsumsi masyarakat di masa pandemic terhadap barang dan jasa, dimana saat masa pandemic beberapa usaha UMKM mengalami penurunan penjualan. Terdapat dua pendekatan untuk mengetahui perilaku konsumen, yaitu pendekatan masalah marginal dan pendekatan iso-maslahah. Pendekatan pertama didasarkan pada pandangan bahwa manfaat ataupun berkah atas suatu kegiatan konsumsi bisa dirasakan dan diukur oleh konsumen. Sementara pendekatan yang kedua didasarkan pada pandangan bahwa masalah, terutama berkah hanya bisa dirasakan, namun tidak bisa diukur seberapa besarnya. Seorang konsumen dalam memilih barang yang dikonsumsinya akan mempertimbangkan jumlah masalah total yang akan diperolehnya yang paling tinggi. Jika terdapat peningkatan masalah pada suatu barang/jasa, maka permintaan akan barang tersebut akan meningkat, dengan menganggap faktor lainnya tidak berubah. Pendekatan mashlaha ini dapat menjadi pedoman bagi konsumsi masyarakat di saat pandemic dengan mengutamakan konsekuensi kemanfaatan terhadap barang atau jasa yang di rasakan.

Perubahan pola kehidupan di masyarakat saat pandemic sangat dirasakan dikarenakan intensitas kegiatan masyarakat yang berkurang di luar rumah. Dimana pemerintah pun telah menetapkan untuk mengkarantina diri di rumah, sekolah-sekolah di liburkan dan beberapa perkantoran merumahkan karyawan-karyawannya. Kekhawatiran masyarkat juga menjadi salah satu factor sepinya roda permintaan akan produk dan jasa yang di tawarkan, khawatir akan penyebaran virus yang berlangsung secara massif .Semua perubahan pola kehidupan di masyarakat saat ini juga merubah permintaan konsumsi masyarakat. Maka dari itu banyak usaha UMKM masyarakat baik dari kuliner, fashion yang mengalami penurunan permintaan. Faktor kekhawatiran masyarakat untuk menkonsumsi makanan dari luar pun dapat menjadikan konsep kehidupan dengan pendekatan kemashlahatan konsumsi, karena lebih baik mengkonsumsi bahan makanan yang di olah sendiri di rumah dibandingkan membeli makanan yang di inginkan di luar. Hal ini terkait akan manfaat nya dari pada kemudhoratan untuk keluar rumah, yang mana akan sangat beresiko terpapar virus yang massif ini.

Seorang tokoh penggiat serta penggagas kesejahteraan UMKM Sandiaga Uno memberikan beberapa langkah penting bagi para pelaku UMKM agar tetap bertahan di masa pandemic yakni Pertama, *cash is king* berarti bahwa uang tunai

adalah raja. Untuk menghadapi krisis yang disebabkan oleh Covid-19, UMKM harus segera beralih pada konsep *cash is king*, yakni pengelolaan dana tunai harus diperketat dan bijaksana. Kedua, *adapt to the new normal*, yakni beradaptasi dengan kondisi normal yang baru. Salah satu bentuk *new normal* ini adalah sebuah realita baru, misalnya, kuliah secara online merupakan bentuk dari realita baru sebab selama ratusan tahun dunia pendidikan belum pernah terdisrupsi. Bentuk *new normal* lainnya juga terjadi di kebiasaan orang dalam menerapkan hidup sehat. Mereka juga dipaksa untuk selalu menggunakan masker di tengah aktivitas serta menjaga pola hidup teratur dan mengonsumsi makanan bergizi. "Selain dalam hal pendidikan dan kesehatan, akan ada usaha-usaha sektor teknologi dan digital akan berkembang pesat karena alat teknologi banyak dibutuhkan saat Work From Home maupun Study From Home jadi usaha-usaha harus beradaptasi dan mempercepat transformasi industri mereka untuk menghadapi era industri 4.0," Ketiga, *survive through ecosystem*, yakni bagaimana cara UMKM bertahan hidup melalui ekosistem. Ia melihat peluang untuk ekonomi syariah berkembang. Ekonomi syariah berarti kebersamaan, hampir sama dengan ekonomi Pancasila dengan asas kekeluargaan. Keempat, *invest in this time* yang berarti saat ini adalah waktu bagi kita untuk lebih mengenal diri sendiri atau mendekatkan diri kepada keluarga. Kelima, *be calm in the storm* atau tetap tenang. Sandiaga Uno mengajak masyarakat tetap tenang sebab badai pasti berlalu. Selain itu, ia juga mengajak untuk saling membantu sebab Tuhan tidak akan menguji manusia di luar batas kemampuan manusia.²¹

Dari beberapa kiat di atas, juga di selipkan bahwa konsep ekonomi syariah dapat di terapkan di masa pandemic saat ini. Dimana ekonomi islam yang berasas kekeluargaan dapat menjadi peran penting dalam mensejahterakan perekonomian, dengan memilih usaha milik rekan dekat ataupun masyarakat sekitar . Hal tersebut dapat menciptakan kemashlatahan bagi semua orang.

Simpulan

Sepinya permintaan konsumen akan barang dan jasa di masa covid-19 membuat roda perekonomian dunia UMKM menurun, namun tidak semua UMKM mengalami keterpurukan akibat wabah ini, beberapa dari pelaku UMKM melakukan inovasi penjualan, dengan memanfaatkan sikon dan kondisi saat ini, disamping itu juga wacana pemerintah untuk membantu pelaku UMKM yang terkena dampak dengan mengurangi pajak. Dari konsep mashlaha, pada hakikatnya konsumen telah menerapkan konsep tersebut untuk saat ini, membeli barang kebutuhan mentah untuk konsumsi sehari-sehari untuk di olah sendiri menjadi sebuah solusi untuk menjauhi kemudhoratan yang mungkin akan timbul jika intensitas setiap individu masih aktif di masa social distancing saat ini. Walaupun dibalik itu semua banyak pelaku usaha kuliner yang mengalami penurunan pendapatan, hal ini seharusnya menjadi solusi bagi mereka untuk menginovasikan produk nya bagaimana bias konsumen tetap menikmati namun tetap bermaslahah bagi dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Rajawali pers, 2011

Maulana Anang, Peran dan Fungsi Perbankan Syariah dalam Meningkatkan Usaha Mikro Ditinjau dari UU No.21 Tahun 2008, (Medan: FE-USU Medan).

Tambunan, Tulus, “Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting”, Jakarta : LP3ES, 2012.

Subri, Mulyadi. 2003 *.Ekonomi Sumber Daya Manusia* .Jakarta . PT Raja Grafindo Persada

Sumodinigrat, Gunawan, *Pemberdayaan Masyarakat dan JPS*. Jakarta : Gramedia pustaka Utama. 1999

Internet :

CNBC Indonesia : Kado Jokowi untuk UMKM “Pinjaman Mudah, bebas Pajak (Diakses 10 Mei 2020)

Dewi Meisari Haryanti dan Isnati Hidayah “Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar” <<https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>> (Diakses 30 April 2020)

Kompas : “Ini syarat bagi UMKM yang ingin dapat kelonggaran kredit dari Sri Mulyani” . (Diakses 30 April 2020)

Hermansah, Strategi bertahan bagi UKM hadapi krisis akibat Covid-19, 12 April 2020

Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar
<https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62> (Diakses Minggu, 19 April 2020)

Dikutip dari e-journal UMM yang berjudul Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis industri kreatif di Kota Malang mendapatkan hasil bahwa di kota Malang (Diakses Sabtu, 18 April 2002, Pukul 14.25 WIB)

Paskalia, Ini nih bukti kepedulian pemerintah terhadap UMKM, Terbit 5 Juli 2019.

(www.modalrakyat.id/blog/ini-nih-bukti-kepedulian-pemerintah-terhadap-UMKM- (diakses 30 April 2020)