



## Perkembangan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Sidodadi, Kecamatan Biru-Biru

Milhan\*, Dwi Yanti Sahriana, Eka Fatma Ramadhani & Riefdah Ekasari Hasibuan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

### Abstract

*This article aims to examine the impact of the Covid-19 pandemic on the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) businesses in Sidodadi. The method used in this research is the field method (interview). The impact caused by the Covid-19 pandemic faced by MSME actors in increasing their business is quite large, such as declining sales results, rising raw material prices, limited scope of distribution, reduced number of consumers, and affecting the amount of production produced every day. However, all the problems that occur can be resolved with some pretty good solutions and strategies, such as MSME actors who use social media technology so that their business can survive in this very difficult situation, and in the end the challenges that MSME actors are worried about can be faced by good.*

*Keywords: Development; MSMEs; Covid-19 pandemic.*

### Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji dampak yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 terhadap perkembangan bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Sidodadi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode lapangan (wawancara). Dampak yang ditimbulkan akibat pandemi Covid-19 yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam meningkatkan usahanya cukup besar seperti menurunnya hasil penjualan, naiknya harga bahan baku, terbatasnya ruang lingkup distribusi, berkurangnya jumlah konsumen, hingga mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan setiap harinya. Namun, semua permasalahan yang terjadi tersebut bisa terselesaikan dengan beberapa solusi dan strategi yang cukup baik, seperti pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi media sosial agar usahanya dapat tetap bertahan di situasi yang sangat sulit ini, dan pada akhirnya tantangan yang dikhawatirkan oleh pelaku UMKM dapat dihadapi dengan baik.

Kata kunci: Perkembangan; UMKM; Pandemi Covid-19.

## PENDAHULUAN

Peran penting Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam pembangunan ekonomi secara nasional sangat dirasakan sejak krisis moneter yang terjadi di tahun 1998, antara lain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja serta perannya dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan bagi masyarakat luas (Sunardi, Sarwani, Nurzaman, Pranoto, and Hasmanto, 2020). Pemberdayaan UMKM di tengah era globalisasi dan tingginya pasar sejak diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), diharapkan mampu memberikan peluang pada UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan kebijakan regional ASEAN, sehingga pasar terus berkembang, hingga merambah ke mancanegara. UMKM harus mampu menghadapi berbagai tantangan, cepat tanggap dalam beradaptasi dengan perubahan yang berkembang saat ini, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, perkembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Sepuluh tahun setelah krisis ekonomi global di tahun 1998, krisis ekonomi berikutnya melanda dunia di tahun 2008. Hal ini juga berdampak pada perekonomian di Indonesia, namun demikian Indonesia merupakan salah satu negara yang terus mengalami pertumbuhan ekonomi positif karena didukung oleh pertumbuhan UMKM yang terus meningkat setiap tahunnya.

ARTICLE HISTORY: Submitted: 2021-07-29 | Revised: 2021-08-10 | Accepted: 2021-08-25 | Published: 2021-09-22

HOW TO CITE (APA 6<sup>th</sup> Edition):

Milhan, Sahriana, D.Y., Ramadhani, E.F., & Hasibuan, R.E. (2021). Perkembangan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Sidodadi, Kecamatan Biru-Biru. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Volume 5 (Spesial Issue No.1), 37-42

\*CORRESPONDANCE AUTHOR: [kkndr.kel122@gmail.com](mailto:kkndr.kel122@gmail.com) | DOI: <https://doi.org/10.30743/mukadimah.v5i0.4204>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Common Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Pada awal tahun 2020, para pelaku usaha di Indonesia menghadapi tantangan yang cukup berat. Semua ini bermula pada akhir tahun 2019, dimana dunia dikejutkan oleh munculnya sebuah virus yang berasal dari Wuhan, China. Beberapa UMKM mengalami dampak dan perubahan yang cukup hebat, perubahan itu dimulai dari bisnis yang biasanya dipasarkan melalui offline harus dirubah menjadi bisnis digital yang kita kenal dengan kewirausahaan digital. Media sosial dan *market pace* (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019).

Naiknya jumlah kasus positif Covid-19 yang terjadi di Indonesia, memaksa Pemerintah harus menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat. PPKM Darurat adalah pembatasan-pembatasan aktivitas masyarakat yang lebih ketat dibandingkan yang sudah berlaku sebelumnya. Strategi ini dilakukan sebagai salah satu cara untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 yang sudah semakin memprihatinkan. Penerapan PPKM Darurat ini menjadikan kegiatan di beberapa bidang, terutama bidang ekonomi. Akibat pembatasan kegiatan masyarakat memunculkan dampak yang negatif terhadap kegiatan ekonomi, seperti UMKM. Banyak usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan. Lebih parahnya lagi, banyak UMKM yang terpaksa harus menutup usahanya sementara maupun permanen (Arianto, 2020).

Tulisan ini memfokuskan kepada pelaku UMKM di Desa Sidodadi yang di Kecamatan Biru-Biru, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Desa Sidodadi termasuk desa yang berkembang perekonomiannya, karena banyak masyarakat yang melakukan usaha home industry dan membuka banyak lapangan pekerjaan. Desa ini memiliki UMKM yang bergerak di bidang home industry dengan produk antara lain produk tempe, opak, jagung marning, kue, dan lain sebagainya. UMKM tersebut sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar, seperti ibu-ibu rumah tangga yang awalnya tidak mempunyai penghasilan bisa mempunyai penghasilan karena terlibat pada usaha home industry.

Dampak yang dihasilkan bagi pelaku UMKM di Desa Sidodadi setelah timbulnya Pandemi Covid-19 sangatlah beragam, mulai dari turunnya hasil penjualan, naiknya harga bahan baku, terbatasnya ruang lingkup distribusi, berkurangnya jumlah konsumen, hingga mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan setiap harinya. Pada awalnya pelaku UMKM merasa kesulitan menghadapi perubahan yang terjadi setelah pandemi berlangsung. Akan tetapi, mereka mulai menyesuaikan diri ditengah pandemi ini dan bisa menghadapinya.

Perlahan-lahan para pelaku UMKM di Desa Sidodadi mulai mencari cara agar dampak yang dirasakan tidak dirasakan secara terus-terusan. Mereka mulai memikirkan strategi apa yang bisa dilakukan untuk bisa menambah jumlah penghasilan. Pada akhirnya mereka mencoba memasarkan produknya dengan menggunakan bantuan platform media sosial seperti Facebook, Whatsapp, Instagram. Hasilnya dengan bantuan platform online tersebut mereka perlahan-lahan mulai terbiasa dengan bantuan teknologi dan mulai menyesuaikan diri untuk terus mempertahankan bisnis UMKM ditengah pandemi yang sedang berlangsung.

## METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (wawancara) yang merupakan model penelitian yang mendalam pada suatu unit sosial yang menghasilkan suatu gambaran yang lengkap, dan terorganisir dengan baik mengenai unit tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode observasi dan wawancara. Tujuan penelitian untuk mendapatkan strategi pemberdayaan pelaku UMKM yang paling dibutuhkan di masa pandemi Covid-19. 19 sampel dipilih melalui stratified random sampling pada pelaku UMKM di Desa

sidodadi. Hasil proses wawancara dan observasi dijabarkan dan dianalisis melalui teks narasi hingga didapatkan sebuah kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan penelitian ini terfokus pada dampak yang ditimbulkan akibat adanya Pandemi Covid-19 terhadap perkembangan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sidodadi serta strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM pada masa Pandemi Covid-19. Berdasarkan data yang diperoleh dari Desa Sidodadi, bahwa saat ini terdapat 1.017 Kepala Keluarga (KK) dan 3.697 penduduk yang terdiri dari 1.086 yang berjenis kelamin laki-laki dan 1.830 yang berjenis kelamin perempuan yang bertempat tinggal di Desa Sidodadi. Dari ribuan penduduk di Desa Sidodadi, mayoritas penduduknya memiliki profesi sebagai pelaku UMKM, buruh harian lepas pemerintahan dan swasta, dan sebagian kecil sebagai petani.

Berdasarkan data dari kantor desa, jumlah UMKM yang berada di Desa Sidodadi, Kecamatan Biru-Biru, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara ini tercatat memiliki kurang lebih 19 UMKM yang berdiri sejak lama maupun yang baru berjalan. Dari 19 UMKM yang berdiri, diantaranya terdapat 10 UMKM pada produk opak, 8 UMKM pada produk jagung marning, dan terdapat 1 UMKM pada produk tempe. Dari 19 UMKM yang ada di Desa Sidodadi, penulis melakukan kunjungan ke 5 UMKM, yang diantaranya mengunjungi UMKM produk tempe, UMKM produk opak, dan 2 UMKM produk jagung marning.

Dari hasil wawancara tersebut, kami mendapatkan data bahwa bisnis UMKM merupakan usaha yang telah berdiri sejak lama ini bisa meningkatkan ekonomi rakyat setempat. Namun, semenjak Indonesia dilanda dengan Pandemi Covid-19 usaha UMKM sangat terdampak. Dampak yang ditimbulkan oleh Pandemi Covid-19 sangat besar untuk pelaku bisnis UMKM, tidak hanya di Desa Sidodadi tetapi berdampak juga dengan semua UMKM di Indonesia. Risiko yang dialami semenjak terjadinya Pandemi Covid-19 seperti turunnya omset penjualan, naiknya harga bahan baku yang menyebabkan jumlah produksi berkurang, berkurangnya konsumen, dan sulitnya mengeksport produk ke luar negeri.

Dampak yang paling terasa oleh pelaku UMKM adalah seperti turunnya penghasilan. Pemilik UMKM Tempe menyatakan bahwa terjadi penurunan omset penjualan yang cukup besar selama Pandemi Covid-19. Beliau menyatakan bahwa semenjak pandemi, penghasilannya bisa turun kurang lebih sebanyak 50%. Dengan turunnya omset penjualan, membuat jumlah produksi pun berkurang. Itu dikarenakan terbatasnya bahan pokok yang tersedia seperti kacang kedelai dan ragi, dan juga bahan pokok yang terbatas jumlahnya itu naik harganya dua kali lipat jika dibandingkan dengan sebelum Pandemi Covid-19 melanda.

Selanjutnya beliau menyampaikan juga bahwa mau tidak mau ukuran tempe yang diproduksi juga dikurangi menjadi sedikit lebih kecil, karena jika harga tempe yang dinaikkan maka jumlah konsumen bisa jadi berkurang. Akibat dari turunnya penghasilan yang cukup besar tersebut, dengan berat hati pemilik UMKM produk tempe merumahkan beberapa karyawannya agar perputaran dana usahanya tetap stabil. Setiap harinya UMKM produk tempe ini bisa menghasilkan 500-600 bungkus tempe dengan harga yang berbeda dan juga ukuran yang berbeda. Kabar baiknya setiap hari tempe yang diproduksi selalu habis terjual.

Beda halnya dengan UMKM produk tempe, pada UMKM produk opak kukus milik Bapak Edi Susanto yang telah berjalan selama kurang lebih setahun. Beliau menyampaikan bahwa setelah pandemi dengan sebelum pandemi berlangsung tidak ada dampak yang besar pada usahanya. Dengan senang hati beliau menyampaikan bahwa setelah pandemi, produk opak yang di produksi semakin banyak permintaan dari konsumen. Dalam sehari, bahan baku yang digunakan bisa

mencapai 125 kg ubi dan jumlah opak yang diproduksi bisa mencapai kurang lebih 250 ikat opak yang mana dalam satu ikat terdapat 10 buah opak.

Beliau menyatakan bahwa dampak yang ditimbulkan semenjak pandemi tidak terlalu besar karena yang paling berpengaruh dalam memproduksi opak ini adalah faktor cuaca. Jika cuaca panas, maka opak yang dihasilkan akan berkualitas baik, dan sebaliknya jika cuaca hujan maka opak yang dihasilkan berkurang kualitasnya. Karena opak yang tidak kering akan kembali dijemur saat cuaca panas dan itu akan menghambat proses produksi pada hari itu, karena opak yang kemarin akan dijemur kembali. Kabar baik tersebut mengakibatkan UMKM pada produk opak milik Bapak Edi Susanto dapat bertahan pada masa pandemi ini dan pemilik tidak perlu mengurangi jumlah pegawainya seperti pada UMKM produk tempe. Hanya saja dibalik kondisi UMKM yang baik ini terdapat pula kendala yang dialami, seperti bahan baku ubi yang digunakan naik juga harganya. Tetapi itu tidak terlalu berpengaruh karena mereka bisa mengupayakannya agar hal ini tidak terlalu berpengaruh pada hasil penjualan.

Lain halnya lagi dengan UMKM pada produk opak kukus milik ibu Sri Astuti. Di masa pandemi ini UMKM yang baru berjalan sekitar setengah tahun itu sangat terdampak sampai pernah menutup usahanya selama dua minggu. Itu dikarenakan usaha yang dihasilkan tidak berjalan dengan lancar. Beliau menjelaskan bahwa kesulitan yang dihadapi tidak berbeda dengan UMKM lainnya yaitu harga bahan baku yang digunakan naik, seperti bahan baku ubi dan bahan campurannya seperti cabai kering juga mengalami kenaikan harga. Bahan baku yang digunakan dalam sehari bisa mencapai 150 kg ubi.

Sejak Pemerintah memberlakukan PPKM juga menjadi kesulitan bagi usaha milik ibu Sri Astuti ini. Itu dikarenakan tidak ada orang yang mengantar opak hasil produksinya, alhasil produk yang dihasilkan tidak dapat di pasarkan. Alasan mengapa produknya tidak dapat dipasarkan adalah karena UMKM ini didistribusikan keluar Desa Sidodadi, seperti daerah Pakam dan Simpang limun. Setelah diberlakukannya PPKM maka tidak ada yang bisa mengantar ke daerah tersebut. Kabar baiknya adalah pemilik UMKM produk opak kukus milik ibu Sri Astuti ini tidak sampai merumahkan para pegawainya.

Beda lagi dengan UMKM produk jagung marning milik ibu Marliani, yang semenjak pandemi juga merasakan dampak yang sangat besar. Pasalnya produk jagung marning ini didistribusikan hingga ke luar kota seperti, Batam, Pekanbaru, Jambi, Banda Aceh, Dumai, dan bahkan ke luar negeri juga seperti Malaysia dan Singapura. Semenjak pandemi Covid-19 melanda Indonesia, loket pengiriman ditutup dan menyebabkan proses pengiriman menjadi terhambat. Dalam satu minggu, ibu Marliani bisa menghasilkan sebanyak 1.2 ton jagung marning. Beliau juga menambahkan bahwa usahanya sempat ditutup selama kurang lebih 2 bulan saat awal pandemi. Setelah 17 tahun usaha ini berjalan, baru kali ini usahanya ditutup sementara.

Selain karena ditutupnya loket pengiriman, dampak yang terasa juga sama halnya seperti UMKM yang lainnya yaitu naiknya harga bahan baku. Pada produk jagung marning, bahan baku yang digunakan adalah jagung yang harganya naik dua kali lipat dibandingkan dengan sebelum pandemi dan juga bahan baku yang digunakan di dapat dari petani jagung yang berada di daerah Tiga Panah yang mana terdapat biaya pengiriman. Belum lagi beliau harus menggaji pegawainya sebanyak 10 orang atau lebih, tergantung dari banyaknya pesanan jagung marning. Syukurnya, semenjak pandemi ini kesulitan yang dihadapi tidak sampai merumahkan para pekerjanya.

Beda UMKM, beda juga dampak yang ditimbulkan. Pada UMKM jagung marning milik ibu Erika ini dampak yang dihadapi cukup beragam. Seperti turunnya hasil penjualan, berkurangnya konsumen, dan juga naiknya harga bahan baku. Ibu Erika menyampaikan bahwa selama pandemi,

permintaan jagung marning hasil produksinya menurun dan juga karena jagung marning ini di kirim ke luar kota seperti Kotanopan, Aceh Singkil, Pekanbaru dan Medan sekitarnya menjadi terhambat. Alasannya sama seperti UMKM jagung marning milik ibu Marliani, karena loket pengiriman tutup yang menjadikan proses pengiriman menjadi terhambat. Alasan lainnya terjadi penurunan penghasilan karena jagung marning biasanya ditargetkan pasarnya untuk anak sekolahan. Semenjak pandemi, anak sekolah diliburkan maka distribusi ke sekolah-sekolah dihentikan.

Bahan baku yang digunakan selama proses produksi jagung marning ini juga mengalami kenaikan harga. Beliau menuturkan bahwa dalam sekali memproses jagung marning, uang yang dikeluarkan bisa mencapai jutaan rupiah. Jagung marning milik ibu Erika ini mempunyai 10 cabang usaha yang mana ada satu diantaranya yang ditutup cabang usahanya secara permanen setelah menjalankan usaha selama kurang lebih 10 tahun. Ia berharap pandemi ini lekas membaik kondisinya agar usahanya dapat berjalan dengan normal kembali.

Diantara berbagai dampak yang dirasakan oleh pelaku UMKM membuat masing-masing pelaku usaha memikirkan matang-matang strategi yang harus diambil untuk kedepannya. Di zaman sekarang yang serba online ini juga telah dipikirkan oleh para pelaku UMKM yang sepertinya tidak hanya di Desa Sidodadi saja. Seperti pada semua pelaku UMKM yang telah dikunjungi, mereka pelan-pelan sudah memulai inovasi baru seperti beralih kepada penjualan secara online. Cara ini dilakukan dengan harapan bisa menambah jumlah konsumen. Banyak diantara mereka yang belum menggunakan aplikasi khusus untuk melayani konsumennya. Menurut Suwarni (2019), ada tiga kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM

1. Pelaku UMKM masih terkendala pada kapasitas barang, tidak jarang dari mereka banyak yang gagal di pasar digital, karena tidak memenuhi permintaan pasar digital.
2. Kualitas daya tahan pelaku UMKM yang belum merata, dikarenakan di pasar digital ini para pelaku harus dapat bersaing dengan perusahaan besara yang selama pandemi juga beralih menggunakan platform digital.
3. Penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM (Suwarni, Sedyastuti, and Mirza, 2019).

Meskipun demikian, mereka mencoba untuk menggunakan platform media sosial pribadinya untuk mempromosikan produknya. Literasi digital dan kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak terhadap kurang maksimalnya produksi produk unggulan padahal mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempratikkan bisnis digital dalam pengembangan usahanya (Susanti, 2020, pp. 36-50).

Platform media sosial yang digunakan juga beragam, seperti Facebook, Whatsapp, Instagram. Para pelaku UMKM juga menuturkan bahwa strategi baru yang diambil tersebut bisa menambah hasil penjualan juga. Pada awalnya mereka merasa kesulitan beradaptasi dengan cara yang baru ini, tetapi semenjak pandemi berlangsung mereka semua bisa melewatinya. Strategi baru yang digunakan ini membawa dampak yang baik dan membantu mereka mengembangkan usahanya lebih luas lagi.

## SIMPULAN

Pada masa pandemi kondisi UMKM di Desa Sidodadi mengalami penurunan, mulai dari menurunnya hasil penjualan, naiknya harga bahan baku, terbatasnya ruang lingkup distribusi, berkurangnya jumlah konsumen, hingga mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan setiap harinya. Maka dari itu, perlu adanya strategi dan inovasi baru dari beberapa pihak untuk membangkitkan UMKM agar tetap bisa bertahan ditengah Pandemi Covid-19 ini dan berusaha

kembali stabil. Agar usaha UMKM dapat tetap berjalan, para pelaku UMKM di desa Sidodadi menambah peluang penjualannya dengan cara melayani konsumen lewat perdagangan online (digital marketing) melalui media sosial pribadinya seperti menggunakan Facebook, Whatsapp, Instagram.

## REFERENSI

- Arianto, B. (2020). Pengembangan Umkm Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan UMKM di Madura. *Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89–95.
- Sunardi, N., Sarwani, Nurzaman, Pranoto, and Hasmanto, B. (2020). Peran Digital Marketing dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM yang Berdampak pada Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Purwakarta di Tengan Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat: Humanis*, 2(1).
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *SAWALA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36–50.
- Suwarni, Sedyastuti, and Mirza. (2019). Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital. *Ikra-Ith Ekonomika*, 2(2), 29–34.