

KONTRIBUSI UMKM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI ERA DIGITALISASI MELALUI PERAN PEMERINTAH

Oleh:

Anindita Trinura Novitasari

STKIP PGRI Bangkalan, Pendidikan Ekonomi

Email:

aninditatrinura2015@stkipgri-bkl.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have contributed significantly to the Gross Domestic Product (GDP), employment, people's income distribution, poverty eradication, and unemployment reduction where together positively affect the nation's economy. Problems arise in the development of MSMEs are classified into a number of issue, such as capital issue, human resources issue, marketing issue, product development issue, and the MSMEs' unfamiliarity with the digital-based marketing. Here, the roles of government is needed as the policy maker and economic stabilizer to provide programs, activities, development, training, and assistance comprehensively to all MSMEs, both in urban and rural areas in order for them to grow productively and competitively while also develop any typical local products to become national excellent creative products. Government, as the policy maker, should encourage the MSMEs to survive and grow despite any internal and external barriers including national economic situation during pandemic. Issues in the development of MSMEs and national economic situation have given significant contribution to the MSMEs themselves. Again, the roles of government through programs and fostering are highly needed by the MSMEs so that they can survive and keep growing under any situation as well as contribute positively to the nation's economy.

Keywords: *Contribution, Pillar, Significant.*

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memberikan kontribusi yang besar pada Pendapatan Domestic Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, pendistribusian pendapatan masyarakat, pengentasan kemiskinan, serta pengurangan pengangguran yang kesemuanya ini akan berdampak pada sektor perekonomian bangsa. Permasalahan dalam pengembangan UMKM yang diklasifikasikan diantaranya, permasalahan permodalan, sumber daya manusia, pemasaran, pengembangan produk, serta tidak keseluruhan pelaku usaha yang *familiar* dengan pemasaran menggunakan media digital. Disini membutuhkan peran pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan stabilisator perekonomian untuk memberikan beberapa program, kegiatan, pembinaan, pelatihan, dan pendampingan secara menyeluruh kepada seluruh lapisan pelaku usaha baik yang di kota maupun dipelosok supaya secara merata mendapatkan pembinaan pemerintah untuk tumbuh menjadi UMKM yang produktif dan memiliki daya saing dalam mengembangkan produk sebagai spesialisasi produk daerah masing-masing serta menjadi produk ekonomi kreatif unggulan bangsa. Pemerintah sebagai pemangku kebijakan perlu terus menstimulus pelaku usaha UMKM untuk terus mampu bertahan dan tumbuh menghadapi permasalahan internal dalam perkembangan UMKM maupun permasalahan dari luar yang tidak menutup kemungkinan terjadi seperti kondisi perekonomian bangsa dalam krisis perekonomian ataupun situasi bangsa yang berada di masa pandemi. Permasalahan dalam pengembangan UMKM serta kondisi perekonomian dan bangsa sangat memberikan sumbangsing yang signifikan terhadap perkembangan UMKM itu sendiri dan disini peran pemerintah dalam berbagai program, pembinaan, pendampingan, sangat dibutuhkan para pelaku UMKM untuk mampu bertahan dan terus berkembang dalam segala situasi untuk kontribusinya dalam perekonomian.

Kata Kunci : Kontribusi, Pilar, Signifikan

A. PENDAHULUAN

UMKM sebagai sektor perekonomian yang telah banyak memberikan kontribusi positif dalam pembangunan ekonomi khususnya distribusi pemerataan pendapatan masyarakat terutama masyarakat yang mayoritas berada di lingkup pekerja dengan tingkat pendidikan rendah serta menjadi ladang sumber lapangan kerja bagi tenaga kerja produktif. Tenaga kerja dalam sistem keterlaksanaan pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang selanjutnya disebut sebagai UMKM merupakan pendukung sektor ekonomi dalam menghadapi perekonomian yang dimungkinkan terjadi fluktuasi tidak menutup kemungkinan pada waktu dan situasi kapanpun akibat adanya pengaruh kondisi ekonomi domestik maupun ekonomi global. Usaha mikro kecil dan menengah mampu menopang perekonomian dalam arti dapat memberikan situasi perekonomian bertahan dan terus tumbuh meskipun dalam kondisi keterpurukan sebagai dampak adanya pengaruh kondisi perekonomian. Saat beberapa perusahaan besar mengalami keterpurukan disebabkan adanya krisis ekonomi global yang menanggung hutang perusahaan dalam skala besar akibat adanya krisis ekonomi global banyak memberikan dampak pada jalannya roda bisnis yang tidak mampu berputar dalam kurun waktu

berkepanjangan berdampak pada roda bisnis yang dijalankan perusahaan. Akibatnya banyak perusahaan besar saat krisis ekonomi di negara kita sekitar tahun 1998 mengalami *collaps*. Pengurangan tenaga kerja dan berdampak pada *income* pekerja serta kesejahteraan tenaga kerja. UMKM sebagai sektor yang menunjukkan mampu terus berkontribusi meski jika dilihat dari skala hasil yang disumbangkan terhadap PDB tidak sebesar perusahaan besar namun kontinuitas dan konsistensi dari sumbangsih UMKM terhadap pendapatan negara mengindikasikan kemampuannya menopang kondisi perekonomian untuk dapat terus berjalan berkelanjutan secara konsisten dan menjadi lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja produktif dengan pendidikan mereka yang tidak tinggi sebagai sumber pendapatan, pengurangan pengangguran, bentuk pemerataan distribusi pendapatan. Fakta diatas membuktikan bahwa krisis ekonomi tidak mampu merubah eksistensi usaha kecil. Nitisusanto dalam (Sofyan, 2017) menyampaikan bahwa perekonomian Indonesia tidak menjadi lumpuh dikarenakan ada kontribusi pelaku usaha kecil, sementara kondisi krisis sangat berdampak dan dirasa oleh usaha besar dalam menanggapi fluktuatif dari nilai mata uang kita yang sering mengalami dampak adanya kondisi perekonomian yang berkembang dan berpengaruh pada jalannya roda usaha skala besar. Aknolt dalam (Alfrian & Pitaloka, 2020) menyatakan bahwa pengalaman di tahun 1998 dan 2012 menunjukkan UMKM dapat bertahan dalam situasi yang krisis sekalipun dengan trend pertumbuhannya yang masih menunjukkan positif.

Berbicara mengenai kontribusi UMKM dalam perekonomian, ketika masa pandemi yang gencar-gencarnya sekitar pertengahan tahun 2020 hingga pertengahan 2021, kita perlu membuat pengamatan terpisah antara pertumbuhan UMKM sebelum pandemi bagaimana UMKM berkontribusi positif dalam perekonomian serta upaya pemerintah dan berbagai pihak untuk mempertahankan UMKM sebagai sektor ekonomi yang sudah memberikan kontribusi dalam perekonomian serta mampu diperhitungkan untuk peningkatan taraf hidup masyarakat yang bermuara pada perkembangan roda perekonomian ke arah yang lebih baik. Kemudian permasalahan muncul dalam UMKM ketika pandemi berlangsung. Dukungan pemerintah dan digitalisasi memberikan solusi bagi UMKM untuk mampu bertahan dalam situasi dan kondisi yang saat itu tidak baik. UMKM sebagai bentuk penerapan spesialisasi keunggulan komparatif dari setiap daerah dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang membuka peluang kerja bagi masyarakat melalui inisiatif dan peran pemerintah bersama berbagai lapisan masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia untuk merancang pembangunan ekonomi yang tepat bagi pertumbuhan perekonomian.

UMKM dalam perekonomian menunjukkan ada capaian kontribusi yang cukup bisa diperhitungkan untuk membawa pada perekonomian lebih baik yaitu melalui penyerapan tenaga kerja. Sekitar 25 juta UMKM di Indonesia berkontribusi cukup besar dalam perekonomian. Sekitar 90% dari total perusahaan di Indonesia adalah UMKM dan telah memberi ketersediaan lapangan kerja dalam serapan tenaga kerja melebihi 90% dari total tenaga kerja di Indonesia. Kontribusinya terhadap PDB melebihi dari 20% dari keseluruhan pendapatan negara. Sebagai pilar penting dalam perekonomian Indonesia, jumlah UMKM berdasarkan kementerian koperasi dan UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB

mencapai 61,07%. Kontribusi dalam perekonomian ini berupa penyerapan tenaga kerja sampai 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Menyerap investasi sampai pada 60,4% dari total investasi. Kredibilitas UMKM dalam keberlangsungannya tidak terlepas dari kendala yang harus UMKM hadapi. Pemerintah sebagai pihak terkait dan memiliki wewenang menjaga keberlangsungan UMKM dalam perekonomian sebagai sektor yang mendukung dan pilar perekonomian negara, telah menyediakan berbagai bentuk dukungan berupa kebijakan maupun solusi yang diberikan pemerintah untuk menghadapi tantangan UMKM yang ada. Misalnya dengan kebijakan berupa dukungan kepada UMKM berupa bantuan insentif dan pembiayaan, Kredit Usaha Rakyat (KUR), (Gernas BBI) Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia, Digitalisasi pemasaran UMKM.

Kondisi perekonomian sangat menjadi kondisi yang mendukung mutlak atas eksistensi UMKM itu sendiri. Sektor ekonomi sebagai indikator dari pembangunan merupakan geliat dari upaya masyarakat dalam memenuhi masa depan mereka. Upaya dalam merubah taraf hidup ke arah yang lebih baik. Masyarakat wajib terlibat langsung dalam proses pembangunan, salah satunya dengan keikutsertaannya dalam kontribusinya di pembangunan ekonomi sektor UMKM. Berdasar data yang ada menunjukkan bahwa UMKM sebagai sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi seiring berjalannya waktu. Kontribusi UMKM khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, distribusi pemerataan pendapatan masyarakat, serta dominasi dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). (Alfrian & Pitaloka, 2020) menyampaikan dalam penelitiannya bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60,34% di tahun 2017 dengan kisaran ekspor 15,7%. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran UMKM dalam perekonomian telah dibuktikan dalam data kontribusinya yang baik terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) dan juga menjadi lapangan pekerjaan bagi tenaga produktif dalam pengentasan kemiskinan serta pengurangan pengangguran.

Selain pertumbuhannya yang mengarah pada pertumbuhan positif dalam perekonomian, UMKM juga memiliki beberapa kendala dalam perkembangannya. Terbatasnya akses bagi UMKM yang berada di pelosok dalam menerima informasi baik berupa dana bantuan, minimnya permodalan mereka, tingkat pendidikan pelaku UMKM di pelosok yang tidak tinggi, lebih menggantungkan usaha pada ciri khas usaha keluarga yang cenderung dijalankan secara turun temurun, bersifat kekeluargaan, kendala permodalan maupun kendala sumber daya manusianya yang tidak tinggi, beberapa hal ini sangat riskan memberikan pengaruh dan dampak yang kurang baik dalam pertumbuhan UMKM khususnya yang ada di pelosok serta minim informasi. Kendala lain seperti kondisi pandemi yang berlangsung sejak pertengahan 2020 hingga saat ini belum berjalan sepenuhnya normal roda perekonomian meskipun ada geliat kearah perekonomian mulai membaik pasca berlangsungnya pandemi yang cukup panjang. UMKM mengalami penurunan drastis ketika di awal pandemi berlangsung yang disebabkan *physical Distancing* maupun penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di setiap daerah. Minimnya masyarakat yang keluar rumah untuk beraktivitas sangat memberikan pengaruh pada jalannya usaha kecil yang sebelumnya tidak menemui hambatan. Terang saja kondisi ini memberikan dampak pada pemasukan usaha atas roda usaha kecil yang dilakukan pelaku UMKM di masa pandemi.

Pemerintah sebagai pemangku kebijakan memiliki peran yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha kecil UMKM. Berbagai proyek dijalankan pemerintah bertujuan menstimulus UMKM tetap tumbuh sebelum pandemi maupun ditengah pandemi khususnya. Jika dilakukan klasifikasi permasalahan UMKM dapat dibuat dalam tiga jenis permasalahan diantaranya, permasalahan pertama permasalahan klasik dan mendasar seperti kualitas SDM, modal yang terbatas, pengembangan produk dan akses pemasaran. Permasalahan kedua merupakan permasalahan yang umum seperti keterlibatan instansi dan pihak terkait dalam memberikan solusi permasalahan UMKM berupa perpajakan, pinjaman dana, agunan, hukum. Permasalahan ketiganya menyangkut permasalahan yang menyertainya berupa penetrasi pasar, ekspor barang, pengembangan desain produk, perijinan, hukum, hak paten.

Perkembangan UMKM, kemampuannya dalam menjadi sumber pendapatan masyarakat serta distribusi pendapatan yang merata pada pekerjanya yang menjadi sumber lapangan pekerjaan, selain peran nya juga dalam pendapatan negara, seyogyanya UMKM dapat terus dikembangkan dengan potensi spesialisasi masing-masing daerah sebagai keunggulan komparatif masing-masing daerah dalam dukungan pihak terkait dalam mendukung perkembangannya serta membantu mengatasi solusi dari permasalahan yang dihadapi. Penulisan ini akan membahas mengenai beberapa pemikiran dalam kaitannya dengan kontribusi UMKM dalam perekonomian untuk mengetahui kontribusi UMKM dalam perekonomian, eksistensi Digital Marketing dalam pertumbuhan UMKM itu sendiri, dan peran pemerintah dalam pertumbuhan UMKM.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Kontribusi UMKM dalam Pembangunan

UMKM sebagai bagian dari sektor ekonomi yang telah terbukti mampu menopang perekonomian bangsa, bahkan saat bangsa berada di masa keterpurukan sekalipun sektor UMKM menjadi sektor yang mampu bertahan dibandingkan usaha besar. (Sari, 2016) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa kontribusi UMKM sangat membantu PDB dalam pertumbuhannya. Ketika PDB menyumbangkan kontribusinya dalam PDB maka akan terjadi *multiplier effect* terhadap pendapatan nasional maupun pendapatan daerah. Perubahan PDB nasional akan menjadi lebih besar dari kontribusi yang UMKM mampu berikan dikarenakan *multiplier effect* tersebut.

Sektor UMKM dalam usaha yang dijalankan menghasilkan produk yang bersifat terspesialisasi produk. Output yang dihasilkan UMKM ini menjadi produk yang kemudian menjadikan UMKM sebagai sektor yang mampu menghadapi krisis yang terjadi dibandingkan dengan dampak yang langsung berimbas pada usaha besar. Hal ini dikarenakan produk lokal uang menjadi orientasi bahan baku UMKM dalam menghasilkan *output*, memudahkan pelaku UMKM dalam terus menjalankan usahanya karena tidak berimbas yang signifikan dari penurunan atau depresiasi rupiah atas dollar. Demikianpun dengan kemampuan UMKM untuk lebih fleksibel dalam menaikkan atau menurunkan kapasitas produksi karena produk input yang bersumber dari produk lokal.

Peran UMKM juga berlaku pada peningkatan lapangan kerja bagi tenaga kerja produktif. UMKM telah mampu menyerap tenaga kerja sehingga berdampak pada distribusi pendapatan yang merata, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain sebagai peningkatan jumlah lapangan kerja dengan bermunculnya beberapa sektor usaha, ini akan menjadi peluang bagi para pemilik imajinasi dan kreativitas untuk berkarya serta membuka lapangan kerja sebagai wirausahawan. UMKM yang erat kaitannya dengan wirausaha menjadi peluang besar bagi seseorang untuk tidak termotivasi hanya menjadi pekerja namun membuka peluang usaha sendiri.

(Mulyadi, 2018) menjelaskan bahwa kemandirian masyarakat menjadi tolak ukur dalam mengkaji tingkat kesejahteraan masyarakat. Kemandirian masyarakat dalam mengupayakan kesejahterannya melalui berupaya untuk menjadi wirausaha serta dapat meningkatkan iklim investasi. Motivasi berwirausaha ini dapat muncul dari dan dalam diri sendiri juga dari lingkungan eksternal diluar diri sendiri. Motivasi berwirausaha dari dalam diri bisa melalui antusias diri sendiri untuk berwirausaha atau jiwa bisnis yang dimiliki sehingga tidak mau menjadi pekerja namun menciptakan lapangan kerja yang mampu menyerap tenaga kerja. Selain dari faktor internal juga tidak kalah pentingnya ada pengaruh dari lingkungan eksternal mengenai pendorong munculnya motivasi untuk berwirausaha. Faktor eksternal ini bisa ditimbulkan dari lingkungan sekitar atau bisa juga dari dukungan pemerintah yang memacu masyarakat sadar berwirausaha sehingga akhirnya dapat berkontribusi dalam pertumbuhan lingkungan usaha yang akhirnya dapat memberikan sumbangsih pada pertumbuhan ekonomi (pendapatan nasional maupun pendapatan daerah).

Kontribusi UMKM dalam pendapatan nasional disampaikan kementerian koperasi, usaha kecil, dan menengah (KUKM) tahun 2018 bahwa jumlah pelaku UMKM 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah total pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB 61,1% sisanya 38,9% disumbang oleh pelaku usaha besar yang sejumlah 5,550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. Kontribusi UMKM diatas didominasi oleh pelaku usaha mikro sejumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sumbangan usaha mikro terhadap PDB sebesar 37,8%. Data diatas menyatakan bahwa usaha mikro luas dengan cakupan serapan tenaga kerja yang besar. Usaha mikro memiliki bauran usaha yang luas dengan pondasi yang kuat menghadapi krisis ditambah perputaran transaksi yang cepat. Produk UMKM identik dengan domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat (djkn.kemenkeu.go.id). Pernyataan senada dengan yang disampaikan diatas juga disampaikan (Sarfiyah, et al, 2019) yang menyatakan bahwa UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Eksistensi UMKM dominan terdapat pada setiap sektor ekonomi. Potensi UMKM besar dalam penyerapan tenaga kerja dengan sumbangsing terhadap PDB yang dominan, hal ini menjadikan UMKM sebagai sentra usaha yang oadat karya.

Peran penting dimiliki UMKM dalam memopang pertumbuhan ekonomi. Memiliki andil dalam penyerapan tenaga kerja serta menjadi sektor yang dapat mendistribusi hasil pembangunan. Sebagai sektor usaha yang diunggulkan Bank Indonesia serta kemampuannya mendorong pertumbuhan ekonomi, UMKM harus

terus eksis serta didukung pemerintah dalam pertumbuhannya serta tertanamkannya masyarakat yang sadar UMKM melalui bantuan pendanaan, kemudahan pengurusan surat izin usaha, bantuan pendampingan, pelatihan yang bersifat membangun dan mendorong kemajuan UMKM kedepannya.

Digital Marketing dalam UMKM

Digital marketing mulai merambah saat ini ditengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Pelaku bisnis sudah mulai menggunakan teknologi digital dalam menjalankan usahanya khususnya pelaku bisnis usaha kecil. Penggunaan digitalisasi dalam pemasaran misalnya, terbukti telah mampu mempertahankan usaha mikro dalam proses pemasaran produk dan mempertahankan usaha ketika terjadi masa krisis akibat pandemi beberapa waktu sebelumnya. Harapannya pelaku usaha dapat terus mengikuti perkembangan beberapa platform untuk proses pemasaran mereka dan tidak canggung dengan digitalisasi demi perluasan cakupan area pemasaran usaha yang dijalankan.

Bagi pelaku usaha milenial atau biasas dikenal generasi Z, penggunaan digitalisasi dalam pemasaran mungkin bukan menjadi hal yang menyulitkan. Berbeda dengan beberapa pelaku usaha yang masih belum *familiar* dengan teknologi digital, hal ini akan berdampak pada penirisan usaha dan tidak menutup kemungkinan akan terjadi penurunan volume usaha yang imbasnya akan memberlakukan penutupan usaha dikarenakan *collaps*. Pemerintah melakukan sejumlah dukungan terhadap perkembangan umkm dalam dukungan kemajuan teknologi digital. (Idah & Pinilih, 2019) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa guna mendukung digitalisasi dan kemudahan UMKM dalam menghadapi transaksi digital. Pemerintah memberi dukungan berupa melakukan transfer teknologi pada sejumlah pelaku usaha serta mempermudah proses cakupan akses dengan perluasan akses yang dilakukan pemerintah untuk kemudahan proses digitalisasi yang akan digalakkan pada pelaku usaha dengan menggunakan digital marketing. Tentunya kendala akan menghampiri dalam penggunaan digitalisasi ini. Kendalanya terjadi pada masih ada beberapa pelaku usaha yang bukan generasi Z mengalami kesulitan dalam mengikuti tehnik pemasaran menggunakan digital marketing.

Peran pemerintah disini dikatakan penting. Masyarakat pelaku UMKM khususnya yang dipelosok perlu terus diberikan pelatihan, pembimbingan, pendampingan mengenai sosialisasi penggunaan platform digital marketing untuk menjadikan mereka *familiar* dengan penggunaan digital marketing supaya produk yang mereka miliki lebih dikenal masyarakat luas hingga ke luar daerah atau bahkan ke seluruh nusantara. Melalui kelompok usaha yang diiordinir oleh dinas koperasi dan UMKM setempat, maka pelatihan pendampingan, pembimbingan, sosialisasi dapat dikordinasikan dengan semestinya sehingga dapat menjaring masing-masing pelaku usaha yang melakukan jenis usaha mikro serupa saling mendukung saling menguatkan potensi masing-masing. Pemerintah daerah melalui instansi terkait dapat menjadwalkan setiap dua kali dalam setahun atau dijadwalkan yang sebaik-baiknya sehingga tujuan utama pemerintah guna mensosialisasikan masyarakat sadar UMKM serta meningkatkan kualitas dan mutu UMKM dalam produk yang dihasilkan serta dalam pemasaran yang dilakukan akan tercapai sebaaimana mestinya.

Dukungan pemerintah dalam hal penyediaan dana permodalan melalui sistem pinjaman lunak, juga cukup memberi jalan bagi pelaku usaha mikro untuk mampu terus berkembang sehingga dapat lebih besar berkontribusi terhadap pendapatan nasional. (Taufik, 2017) pemerintah berkomitmen melakukan upaya pembenahan dari segala sektor dalam perbaikan tingkat kemudahan berusaha atau *ease of doing bussines* (EODB). Segala upaya pembenahan di berbagai bidang. Mulai dari kemudahan memulai usaha, perlindungan pemilik saham minoritas, percepatan standar waktu pelayanan, penyederhanaan prosedur, sosialisasi yang mendorong kemudahan berusaha, serta penggunaan pelayanan sistem online.

Melalui upaya pemerintah diatas, maka akan memberikan solusi bagi pelaku UMKM khususnya usaha mikro yang mendominasi sektor UMKM untuk menjadi lebih mudah dalam mengakses informasi pemodaln yang difasilitasi pemerintah untuk mengembangkan usahanya melalui jasa perbankan maupun lembaga keuangan lainnya. Harapannya tidak ada lagi usaha mikro yang tidak memenuhi syarat untuk mendapatkan kredit usaha, tidak ada lagi pelaku usaha mikro yang kesulitan dalam mendapatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR). (Hamdani,et.al,2021) menjelaskan mengenai bantuan yang disediakan untuk UMKM dari pemerintah yang diperankan oleh dinas terlihat dengan mengoptimalkan peran kementerian koperasi dan UKM (kemenkop dan UKM), kementerian perindustrian (kemenperin), kementerian keuangan (kemenkeu) sebagai lembaga teknis yang ditugaskan presiden hingga melibatkan lembaga keuangan perbankan. Hal ini berkaitan dengan permasalahan UMKM guna pemenuhan kebutuhan permodalan dan pinjaman bank.

Kebijakan pemerintah yang diprogramkan merupakan akselerasi dari program pembiayaan dan investasi termasuk didalamnya membuka akses KUR seluas-luasnya bagi UMKM. Program strategis ini merupakan prioritas pemerintah periode 2020-2024 sebagai bentuk membuka kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mendukung permodalan usaha.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Populasi penelitian dilakukan pada responden pelaku usaha batik Tanjung Bumi di sentra batik Tanjung Bumi Desa Tlaga Biru Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. Populasi yang digunakan sebanyak 26 partisipan sebagai informan sekaligus pelaku usaha batik Tanjung Bumi di desa Telaga Biru.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan studi literatur. Studi literatur merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara: (1) Studi kepustakaan, studi kepustakaan ini dengan mengumpulkan data yang menggunakan studi pustaka melalui menulis, mencari, dan mengumpulkan informasi dan keterangan yang dibutuhkan dari media yang bersifat pustaka. Media tersebut dapat berupa buku, jurnal, proseding, dan artikel atau berita online sebagai pendukung penyusunan penulisan. (2) Wawancara, metode dilakukan dengan mewawancarai pada pelaku usaha UMKM khususnya di lokasi penelitian dan didukung data sekunder dari informasi dinas terkait yang bertujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pelaku UMKM yang diwawancarai dalam hal ini adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang kerajinan batik tulis khas Bangkalan. Pelaku UMKM batik tulis khususnya di wilayah Desa Telaga Biru

Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. Untuk dinas terkait yang diwawancarai berkaitan dengan pelatihan dan pembinaan yang dilakukan kepada pelaku UMKM yang ada di Bangkalan berdasarkan informasi Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan Bangkalan. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Reduksi Data, dalam hal ini mereduksi data menfokuskan pada gambaran pelaku usaha UMKM khususnya di Desa Telaga Biru Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan
- b. Penyajian Data, membuat uraian dari hasil wawancara berkaitan dengan UMKM batik Tanjung Bumi di lokasi penelitian berkaitan dengan rumusan masalah yang sudah ditentukan
- c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi, penarikan kesimpulan dilakukan untuk konsistensi antara tujuan penelitian dan temuan di lapangan pada usaha UMKM batik Tanjung Bumi khususnya di lokasi penelitian.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Wirausaha dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM erat kaitannya dengan kewirausahaan. Bentuk yang menyamakan antara kewirausahaan dengan UMKM. Pembahasan selengkapnya mengenai UMKM terdapat dalam undang-undang tepatnya pada pasal 1 UU Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah No. 20 Tahun 2008 (Agustina, 2015). UMKM terklasifikasi dalam usaha mikro, usaha kecil, serta usaha menengah. Masing-masing dari klasifikasi usaha tersebut memiliki kriteria yang mencirikan dari spesifikasi ketiganya. Kriteria dilihat dari kekayaan bersih yang dimiliki, hasil penjualan pertahunnya, serta jumlah pekerjanya. Kekayaan bersih usaha mikro Rp50.000.000 dengan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dijalankan. Hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,- dengan jumlah pekerja 1-4 orang. Usaha kecil kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 - Rp500.000.000 dengan jumlah penjualan Rp300.000.000,- sampai paling banyaknya Rp2.500.000.000,- ekonomi dan sosial. Pekerja antara 5-20 orang. Untuk usaha menengah kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 – Rp10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan pertahunnya Rp2.500.000.000,- dengan jumlah pekerja > 20 orang sampai 99 orang.

Usaha kecil memberikan dampak pada penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat khususnya yang berada di usia produktif. Adanya lapangan kerja akan memberikan peningkatan pada kualitas hidup masyarakat karena kesejahteraannya lebih baik. Distribusi pendapatan masyarakat lebih merata dengan adanya lapangan kerja UMKM. Masyarakat memiliki pendapatan untuk menjalankan roda perekonomian masing-masing. Melalui UMKM maka mobilisasi dari sumber daya masing-masing wilayah dan tenaga kerja produktif yang berada di masing-masing wilayah akan berujung pada peningkatan produktivitas nasional.

Lokasi penelitian tepatnya pelaku usaha batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan, dari hasil wawancara menyampaikan bahwasanya

daerah tersebut menjadi sentra kerajinan batik tulis yang sudah berjalan dalam jangka waktu yang lama. Usaha batik tulis di Tanjung Bumi berjalan turun temurun dan menjadi lokasi sentra batik tulis yang dibanggakan pulau Madura dikarenakan produknya yang memiliki ciri dan motif yang khas dibandingkan produk batik lainnya. Produk batik di Kecamatan Tanjung Bumi sebagai salah satu produk seni dan mengandung unsur budaya lokal yang diterapkan dalam bentuk inovasi dengan ragam, corak, dan motif, serta warna menjadi penting untuk terus ditingkatkan kualitasnya guna terus menjadi produk keunggulan Bangkalan.

Modal yang digunakan oleh pengrajin batik Tanjung Bumi kebanyakan menggunakan modal bersumber dari modal sendiri. Sehingga di lokasi penelitian mayoritas pengrajin batik masih berskala mikro karena dengan modal mereka yang terbatas. Pengalokasian modal mereka berbeda-beda tergantung dari kelas batik berdasarkan kualitasnya. Kisaran modal yang mereka keluarkan antara Rp500.000,- – Rp10.000.000,- untuk sekali produksi. Harga jual bervariasi sesuai kualitasnya, sehingga keuntungannya pun yang diperoleh masing-masing pedagang bervariasi. Ada pedagang yang berusaha memperoleh keuntungan mulai dari Rp50.000 – Rp1.000.000, bergantung dari kelas dan kualitas batik yang dihasilkan.

Pemerintah melalui dinas terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah melakukan upaya bantuan permodalan seperti bantuan modal kerja yang dilakukan oleh perusahaan BUMN Petrokimia Gresik memberikan bantuan kredit kepada pengrajin. Waktu itu ada bantuan untuk beberapa pengrajin. Pemberian bantuan ini difasilitasi dengan pengembalian pinjaman dalam jangka waktu 6 bulan. Bantuan ini diberikan dengan adanya hubungan kemitraan antara BUMN Petrokimia Gresik dengan Disperindag Kabupaten Bangkalan. Melalui Dinas Koperasi dan UMKM pemerintah juga menyalurkan dana pinjaman bagi pengrajin batik tulis Tanjung Bumi, serta dinas ini menjadi pemberi fasilitas bagi pengrajin yang hendak melakukan pinjaman ke Bank. Hal ini lalu memberikan kemudahan bagi pengrajin untuk melanjutkan usahanya.

Motif batik Tanjung Bumi yang dikatakan lain dari motif batik daerah lain didominasi oleh motif dengan corak yang bervariasi seperti motif manok jodoh, daun talas, buketan, pohon pereng, burung, kamongan, sawah-sawah, tasik malaya, ompay, pacar cina, pecah batu, seribu bintang, dan banyak lagi motif lainnya. Motif dasarnya juga bervariasi diantaranya sate-sate, tanah pasir, bulu ayam, basi-basi, sekar jagad, capung, pacar cina, tasik malaya, kembang kopi, dan motif dasar lain.

Pada setiap negara, baik negara maju dan negara berkembang, usaha kecil memiliki peranan yang sangat penting dalam kontribusi positifnya berkaitan dengan penanganan permasalahan ekonomi dan sosial. Permasalahan ini berupa tingginya tingkat pengangguran yang diatasi dengan adanya usaha kecil yang menjadi sumber lapangan kerja baru bagi tenaga kerja produktif. Melalui hadirnya usaha kecil ini dapat mengatasi permasalahan seperti penurunan tingkat kemiskinan, pengurangan pengangguran, ketimpangan dalam distribusi pendapatan, ketimpangan dalam pembangunan di wilayah kota dengan pelosok desa melalui usaha kecil yang menjadi produk spesialisasi masing-masing wilayah, serta permasalahan urbanisasi dengan dampak negatifnya melalui penanggulangan dampak negatif tersebut dengan menggalakkan munculnya usaha kecil sebagai media pekerja produktif mendapatkan pendapatan di kota dengan menonjolkan

produk yang menjadi ciri khas dan produk spesialisasi di wilayahnya. Produk ini akan menjadi produk baru di lokasi urban dengan memadukan potensi kreativitas inovasi dalam memanfaatkan kesempatan, peluang, dan tantangan untuk menjadi wirausaha.

Ada banyak alasan seseorang mengambil keputusan melakukan wirausaha. Adapun alasannya bisa berupa disebabkan alasan keuangan untuk menambah pendapatan, alasan sosial untuk menambah interaksi dengan banyak orang, alasan pelayanan tujuannya memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar, alasan pemenuhan diri untuk produktif dan mengaktualisasikan potensi dalam diri. Seseorang yang ingin bekerja secara mandiri tanpa aturan dari instansi atau perusahaan disertai potensi kreativitas dan inovasi yang dimiliki juga akan memotivasi diri untuk mampu melakukan wirausaha dengan membuka lapangan kerja sendiri dan tidak berada dibawah aturan instansi atau perusahaan. Biasanya tipikal nya adalah seseorang yang mempunyai jiwa berani mencoba hal baru, rasa percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, punya jiwa memimpin, selalu orisinil dalam pemikirannya, dan terus berorientasi ke masa depan. Komponen ini merupakan komponen dari karakteristik wirausaha Meredith dalam (Agustin, 2015).

Pengembangan usaha kecil bagi pelaku usaha tidaklah menjadi hal mudah, terdapat beberapa resiko dan tantangan yang harus dihadapinya. Wirausahawan akan dihadapkan dengan tantangan dan resiko untuk pengembangan usahanya dalam kaitannya persaingan seiring perkembangan waktu. (Suparyanto, 2013) wirausahawan merupakan orang yang dinamis, senantiasa mencari peluang dan memanfaatkannya untuk sesuatu yang memiliki nilai tambah. Bagi beberapa pelaku usaha yang memiliki kepiawaian mungkin akan menjadi hal mudah dan dapat dilalui serta diatasi dengan baik, namun bagi sebagian yang lain resiko yang harus dihadapi dalam pengembangan usahanya bisa jadi akan dirasa terlalu berat dan menjadikan usahanya dalam ketidak pastian. Adapun resiko yang harus dihadapi pelaku usaha ada dua macam. Sutiono dalam (Agustina, 2015) ada dua macam resiko dalam pengembangan usaha yang dijalankan wirausahawan yaitu resiko riil dan resiko psikologis. Adapun resiko riil adalah resiko yang harus mereka hadapi dalam ketekunan dan keuletan menjalankan usahanya berupa kemungkinan kehilangan modal usaha, hilangnya keuntungan usaha, hilangnya mata pencaharian. Sementara resiko psikologis yang mutlak harus siap diterima pelaku usaha adalah resiko yang tidak dapat dilihat dan belum tentu dapat dihindarkan yaitu kehilangan reputasi diri ketika usaha yang dijalankan mengalami kegagalan, kehilangan rasa percaya diri, kehilangan jati diri, dan harus siap menanggung malu, yang bisa jadi berujung pada kehilangan motivasi untuk berjuang kembali.

UMKM yang kita ketahui telah banyak memberikan kontribusi dalam pembangunan perekonomian khususnya. Hal ini menjadi realitas yang tidak dapat dipungkiri. Sebagai sektor ekonomi nasional yang menyangkut hajat hidup orang banyak, UMKM sebagai kelompok pelaku ekonomi terbesar serta sebagai pengaman perekonomian, serta di masa krisis bertindak sebagai dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis. Ini artinya usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran sangat besar dalam proses pembangunan bangsa. (Setiawan, 2018) UMKM berkontribusi dalam perekonomian Indonesia sebesar 99,99% dari total

pelaku usaha atau sebanyak 56,54 juta unit. Lebih khususnya yang bergerak di sektor ekonomi kreatif telah menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp852 triliun dan memiliki kemampuan menyerap tenaga kerja sebanyak 15 juta orang. (Siregar, et.al 2021) berdasar data dari kementerian koperasi dan UMKM, total pelaku UMKM di Indonesia 59,2 juta. UMKM sangat penting dan berkontribusi 60% dari PDB dan menyumbang 97% menyerap tenaga kerja. Unit usaha ini terbukti tangguh ketika krisis ekonomi berlangsung sekalipun. Kondisi yang diberikan fakta UMKM mampu bertahan dalam perekonomian meski berada dalam kondisi ekonomi krisis, UMKM mampu bertindak sebagai dinamisator pergerakan ke arah pemulihan ekonomi dengan kontribusi yang terbukti tinggi dalam PDB.

Sebelum pandemi berlangsung kisaran tahun 2003 - 2006 peranan usaha mikro kecil dan menengah dalam penciptaan nilai tambah terus meningkat dari 54,51% pada 2003 menjadi 56,72% pada 2006. Sebaliknya perusahaan besar semakin berkurang dari 45,49% di 2003 menjadi 43,28% pada 2006. Selain itu UMKM sebagai pemasok kebutuhan barang dan jasa nasional sebanyak 43,8% sedangkan usaha besar masih di kisaran 42,1% dan impor sebanyak 14,2% (Singih, 2007). Kondisi yang menunjukkan keunggulan berkontribusi mendukung dan mendorong PDB ini terjadi setelah krisis ekonomi 1997. (Sarfiyah, et al, 2019) ketika krisis ekonomi berlangsung tahun 1997 – 1998 jumlah UMKM meningkat dan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pertumbuhannya tahun 2016 meningkat 4,17% dari 34,64% menjadi 38,81% sementara usaha besar justru mengalami penurunan 0,26% dari 9,94% menjadi 9,68%. Ini menunjukkan setelah krisis 1998 UMKM mampu bertahan. Data menunjukkan bahwa secara umum peran usaha mikro kecil dan menengah dalam PDB mengalami kenaikan dibandingkan sebelum krisis, diikuti menurunnya usaha menengah dan besar dikarenakan kondisi inflasi yang berdampak pada roda bisnis yang dijalankan usaha besar semasa terjadi krisis ekonomi 1997 dan pemulihannya di 2003.

Masyarakat pelaku UMKM memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian dan pertumbuhannya. Kita ketahui UMKM sebagai sektor usaha kecil yang dikelola oleh masyarakat dan dijalankannya secara sederhana namun data statistik menunjukkan kontribusinya yang besar terhadap PDB dan mampu bertahan dalam situasi krisis sekalipun bahkan mampu bertambah jumlahnya, sementara usaha besar mengalami penurunan dikarenakan moneter. (Sofyan, 2017) menjelaskan bahwa peran masyarakat khususnya dalam pertumbuhan ekonomi sumbangsuhnya adalah melalui UMKM yang berperan penting dan strategis. Eksistensinya dalam perekonomian cukup besar ditandai dengan jumlahnya yang banyak dalam perekonomian Indonesia, tersebar dalam berbagai sektor ekonomi, kemampuan dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM terhadap PDB masih sangat mendominasi diantara sektor usaha lainnya. (Anggraini, 2021) kontribusi UMKM sektor hotel dan restoran memberi pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Semakin besar peran yang diberikan sektor UMKM akan berdampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Peran pemerintah penting dan dibutuhkan dalam pemberian pelatihan dan bantuan kepada UMKM serta dukungan dalam perkembangan sektor usaha. (Kadeni & Srijani, 2020) UMKM sebagai salah

satu sektor usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. UMKM mampu bertahan dalam berbagai situasi perekonomian yang terjadi demi tercapainya kesejahteraan masyarakat. Saat terjadi krisis moneter 1998 UMKM terbukti menjadi sektor usaha yang tangguh dalam bertahan dan bertumbuh sementara sektor usaha besar gulung tikar berjatuh.

Mulai stabilnya perekonomian melalui peran UMKM selama usai dari krisis 1997 sekitar tahun 2003 akhir yang baru pulih, kembali UMKM dibenturkan dengan kondisi pandemi di pertengahan 2020. UMKM berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan pandemi Covid-19. Antisipasi pemerintah telah berdampak pada penguncian (lockdown) membuat terhentinya aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, permintaan menurun atas barang dan jasa dan mengganggu pasokan proses produksi. Kontribusi UMKM yang sangat besar pada perekonomian Indonesia termasuk pada berbagai sektor dengan data yang ditunjukkan berikut per 2018 jumlah unit usaha UMKM 64,1 juta (99,9%). Jumlah tenaga kerja, UMKM berkontribusi per 2018 total 120,6 juta orang dengan jumlah tenaga kerja di UMKM sebesar 116,9 juta (97%). Jumlah kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar Rp8.573.895 Milyar (61,07%). Kontribusi terhadap ekspor non migas, dengan jumlah kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas sebesar Rp293.840 Milyar (14,37%). Terakhir, kontribusi terhadap investasi, UMKM berkontribusi Rp2.564.549 Milyar (60,42%). (Kasnelly & Luthfi, 2021) berdasarkan data dan asosiasi UMKM Indonesia Tahun 2019 kontribusi UMKM terhadap PDB menyentuh 60,3% dan di tahun 2020 mengalami penurunan sangat signifikan mencapai 37,3% sebagai kondisi keterpurukan akibat pandemi serta menjadi kontribusi terendah UMKM sepanjang masa terhadap PDB Indonesia. Maka penulis menyimpulkan bahwa UMKM berdampak sangat signifikan terhadap PDB. Disini pemerintah perlu selalu mendorong dan berupaya keras supaya UMKM di Indonesia kembali meningkat dan berjaya setelah pandemi Covid-19.

Situasi pandemi memberikan situasi berbeda pada UMKM. Dalam situasi pandemi Kemendag UMKM dalam (Thaha, 2020) menyampaikan di situasi pandemi ini ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa terdampak serius akibat adanya pandemi. Penurunan terjadi pada penjualan barang sebanyak 56%, penurunan aspek pembiayaan 22 persen, terdampak pada aspek pendistribusian barang 15%, dan 4% bermasalah dalam pemenuhan bahan baku. Kondisi dampak ini terjadi karena seperti yang telah kita ketahui, sektor UMKM di Indonesia pada tahun 2020 mengalami kemerosotan akibat pandemi Covid-19. Hal ini dilatar belakangi diberlakukannya peraturan pemerintah dalam pembatasan sosial di beberapa daerah Indonesia untuk menekan penyebaran Covid-19 yang menyebabkan terhentinya laju perekonomian negara untuk sementara waktu dan berimbas pada peningkatan pengangguran di Indonesia (Ilmi, 2021). Penulis menyimpulkan bahwa, masa pandemi telah memberikan dampak yang besar dalam keberlangsungan UMKM. Terbukti dengan data yang tersebutkan diatas bahwa ada beberapa pelaku usaha kecil yang mengalami penurunan mulai dari penurunan volume penjualan, penurunan aspek pembiayaan, keterlambatan dan hambatan dalam distribusi barang, serta ada yang mengalami permasalahan dalam pemenuhan bahan baku sehingga usaha produksi mengalami hambatan. Penerapan peraturan pemerintah dalam memutuskan mata rantai penyebaran virus ini, seperti PSBB juga

Physical Distancing telah menyebabkan penurunan pada keberlangsungan usaha kecil UMKM khususnya pada produk makanan dan minuman. Kondisi ini berlangsung sejak pertengahan tahun 2020 dan hingga saat ini sekitar pertengahan tahun 2022, namun mulai mengalami kondisi yang mulai membaik saat ini. Seolah bisa dibaca bahwa pandemi akan segera berakhir.

Kondisi pandemi yang telah mengalami penurunan sektor UMKM, memberikan pembelajaran bahwa kedepan sektor UMKM perlu melakukan kebaruan dalam sektor penjualan. Maka dari itu pemahaman pelaku UMKM terhadap digitalisasi marketing menjadi sangat perlu dan penting. Melalui penggunaan sektor digital dalam usaha yang dijalankan akan memudahkan pelaku UMKM melakukan pemasaran maupun promosi produk dan dengan mudah produk dikenal oleh masyarakat luas melalui jalur online. (Pamungkas, et.al, 2022) pelaku UMKM harus terus meningkatkan pemahaman konsep pemasaran berbasis digital, belajar dari kondisi pandemi yang dialami UMKM dimana pemasaran offline tidak dapat berjalan disebabkan adanya peraturan pemerintah untuk memutus mata rantai penyebaran virus corona. (Nurlela & Haryono, 2022) penurunan pendapatan UMKM drastis semasa pandemi, kendalanya di pemasaran penjualan dan distribusi produk. Ada beberapa hal penting yang perlu didalami pelaku UMKM diantaranya alternatif lain dalam penjualan dan pemasaran, penggunaan aset modal, penyaluran modal sementara, serta perlu terus meningkatkan kemampuan dalam pemasaran dengan teknologi digitalisasi. (Novita & Wulandari, 2022) media sosial menjadi media penerima pesan, media sumber informasi. Peran media sosial pada proses interaksi secara online sangat dibutuhkan. Begitu juga dalam proses pemasaran, media sosial menjadi alat yang mudah dan murah untuk digunakan.

Sektor literasi keuangan juga menduduki posisi penting dalam usaha yang dijalankan pelaku UMKM. Selain kemampuan digitalisasi, pelaku UMKM perlu meningkatkan literasi di sektor keuangan, berkaitan dengan keberlangsungan usahanya. (Sabilla & Wijayangka, 2019) literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha, maka disarankan pelaku UMKM terus meningkatkan pengetahuan mengenai literasi keuangan.

Digitalisasi Marketing

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi menuntut pelaku usaha untuk mengikuti perkembangan pemasaran produknya dengan tidak hanya menggunakan metode pemasaran offline tapi juga menginjak pada metode pemasaran online. Era digitalisasi saat ini telah mengajak pelaku usaha kecil untuk terus mengikuti metode pemasaran yang berkembang saat ini. Metode pemasaran online dengan kata lainnya *digital marketing* merupakan metode yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis saat ini dengan menemui pelanggan atau konsumen mereka melalui media online dan tidak monoton harus bertatap muka dengan konsumen pada setiap transaksi yang dilakukan antara produsen dan konsumen.

Proses pemasaran sebagai media yang menjembatani individu atau kelompok mendapatkan yang diinginkan dan yang dibutuhkan dengan memproduksi, melakukan proses penawaran, mempromosikan. Penawaran produk pada konsumen melalui pertimbangan penetapan harga yang menarik, pendistribusian yang mudah, proses promosi yang efektif, mempertahankan pelanggan dengan tetap menjaga

kepuasan pelanggan dari produk yang ditawarkan.

Peran UMKM yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, hal ini mendorong UMKM untuk terus mampu eksis dan berkembang mengikuti perkembangan teknologi. UMKM diharapkan ikut berpartisipasi dalam proses pemasaran dengan media online serta tidak hanya memasarkan produk di media offline. Penggunaan media online dengan menghubungkan pada media internet akan memperluas jaringan pemasaran produk yang kemudian tidak hanya dikenal oleh masyarakat di domisili UMKM tersebut namun juga bisa meluas hingga seluruh prlosok bahkan yang tidak dapat dijangkau untuk menemui konsumennya dalam menjual produk dapat menjangkau konsumen dengan media online tersebut. (Setiawan, 2018) pentingnya UMKM mulai memasuki digitalisasi sesuai dengan laporan *Delotte Acces Economics* tentang UKM pemicu kemajuan Indonesia, menerangkan bahwa tingkat penggunaan teknologi digital pelaku UMKM masih sangat rendah.

Menggalakkan pemasaran digital juga sangat penting ketika kita dihadapkan pada situasi pandemi beberapa tahun kemaren yang hingga saat ini belum usai sepenuhnya. Kita ketahui pandemi Covid -19 yang berlangsung sejak pertengahan 2020 sampai pertengahan tahun ini UMKM mengalami masalah berat. Sebagai sektor ekonomi yang paling terdampak akibat pandemi ini, UMKM sempat mengalami kemunduran dan tidak sedikit usaha makanan dan minuman dari UMKM yang kemudian mengalami gulung tikar dikarenakan pemasukan menurun yang disebabkan penurunan volume penjualan dikarenakan konsumen lebih banyak berdiam di rumah sebagai dampak dari peraturan pemerintah yang menerapkan pemutusan mata rantai penyebaran Covid-19. Jika kondisi pandemi tidak disikapi UMKM untuk menggalakkan pemasaran digital, maka akan menyebabkan UMKM semakin terpuruk. Karna itu perlu kiranya pelaku usaha untuk terus meng *up date* kemampuan digital nya sehingga tidak menjadi asing terhadap teknologi yang bisa digunakan untuk proses pemasaran online atas produknya. (Kasnelly & Luthfi, 2021) penurunan omzet penjualan UMKM di masa pandemi menuntut UMKM untuk terus berupaya bertahan, beradaptasi, dan berinovasi karena bila tidak maka UMKM tidak mampu bertahan. Kemudian pemerintah mendorong UMKM dengan menggalakkan pemberdayaan UMKM melalui program dorongan UMKM untuk *go digital*, mempermudah regulasi perizinan usaha, guna mendorong UMKM semakin tumbuh sehingga dapat mengatasi kemiskinan dan mengurangi pengangguran.

Pengrajin batik di lokasi penelitian menyampaikan bahwa volume penjualan mereka mengalami penurunan semasa pandemi ini. Mereka yang menjual batik dengan metode menjual dagangan orang menyampaikan, penurunan volume penjualan ini akhirnya memberikan pelaku UMKM keputusan untuk tidak banyak mengorder produk batik yang dijual, asalkan ada yang diperdagangkan saja dan tidak terlalu banyak stok di toko. Alternatif lain, penjual batik yang menjual dari kulaan banyak yang kemudian melakukan diversifikasi produk yang dijual, sehingga tujuan mereka dalam mendapat keuntungan tetap bisa berjalan dan mampu menyambung hidup. Pelaku UMKM yang langsung pengrajin, dalam mengatasi penurunan volume penjualan akibat pandemi adalah dilakukan dengan menurunkan jumlah produksi, pengurangan karyawan, dan juga memproduksi batik

yang kualitasnya bukan yang kualitas mahal karena dikhawatirkan akan tidak terjual. Prinsipnya usaha yang dijalankan mampu terus berjalan baik dan mampu memutar roda perekonomian keluarga.

Proses pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran *offline* saat pandemi ini ditambah dengan upaya pengrajin yang juga memasarkan produknya lewat pemasaran *online*. Ada banyak cara yang dilakukan pelaku UMKM batik Tanjung Bumi untuk pemasaran *online* seperti menggunakan *platform* instagram, *facebook*, dan *whatsapp*. Menurut pelaku usaha media sosial diatas lebih mudah bagi mereka untuk menjangkau konsumen yang didalam wilayah maupun hingga ke luar wilayah Bangkalan serta mereka memanfaatkan luasnya jaringan pertemanan yang dimiliki untuk memasarkan produknya. Bagi beberapa pengrajin yang berada di lokasi yang pelosok dan yang berpendidikan rendah masih berusaha melalui belajar dari anak-anak mereka yang generasi milenial yang sudah *familiar* dengan sosial media, untuk mereka dapat mengoperasikan *platform* yang digunakan dalam proses pemasaran produknya dengan jaringan media sosial semasa pandemi. Karena kita ketahui bahwa pelaku pengrajin batik Tanjung Bumi di lokasi penelitian memang didominasi oleh pengrajin skala mikro dengan lingkup usaha keluarga, pengelola dan pekerja keluarga sendiri, modal sendiri, dan tingkat pendidikan yang juga masih rendah. Hanya beberapa saja pelaku UMKM batik tulis tersebut yang modalnya berskala besar serta yang mampu memiliki galeri sendiri dan ditunjang dengan saluran pemasaran yang sudah luas.

Berdasarkan data penelitian (Setiawan, 2018) pelaku usaha sudah menggunakan internet dalam sektor usahanya, namun belum begitu *familiar*. Sebanyak 36% UMKM belum terkoneksi dengan internet (*offline*), 37% UMKM hanya menggunakan internet untuk keperluan yang sangat mendasar (*basic online*) seperti menggunakan internet hanya untuk keperluan media sosial, 18% UMKM sudah pada level menengah (*intermediate online*) artinya pelaku usaha tidak hanya terlibat di media sosial tetapi juga sudah bisa menginterpretasikan sosial media dengan pelanggan produk mereka. Lebih jauh lagi, 9% UMKM yang sudah memaksimalkan peran internet untuk memperkenalkan produk mereka (*advanced online*). Berdasarkan temuan tersebut maka dapat kita simpulkan bahwa dari sekian banyak UMKM masih sedikit UMKM sekitar 9% usaha kecil yang menggunakan internet sebagai media utama dalam memperkenalkan produk mereka secara maksimal (*advanced online*), selebihnya dari para pelaku usaha masih menggunakan internet sebatas keperluan mendasar saja (*basic online*). Hal ini menyebabkan dirasa perlunya pelaku usaha untuk lebih *familiar* terhadap pemasaran digital yang banyak memberikan mafaat produk dikenal, terjual, dan dapat memberikan manfaat dalam keberlangsungan usaha yang dijalankan, harapannya dapat terus menjaga keberlangsungan roda perekonomian masyarakat.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi membawa imbas pada dunia pemasaran. Pemasaran yang kita ketahui semula didominasi pemasaran offline kini telah bertransformasi pada metode pemasaran digital (online). Strategi pemasaran ini memudahkan konsumen atau pelanggan untuk dapat mengakses informasi produk melalui media online dengan jaringan internet. (Purwana, 2017) *Digital Marketing* adalah kegiatan promosi dan proses mencari pasar melalui penggunaan media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana jejaring sosial.

Akan terjadi proses pemasaran interaktif antara produsen dan konsumen, perantara pasar, dan calon konsumen. Disini akan terjalin interaksi yang tidak terbatas geografis dan waktu. Penulis menyimpulkan bahwa pemasaran dengan media digital ini merupakan proses pemasaran yang sangat mudah bagi pelaku usaha menemui pelanggannya. Melalui kemampuan dan kreativitas yang dimiliki proses penyajian promosi atau memperkenalkan produk dapat dikemas semenarik mungkin sehingga konsumen atau pelanggan dapat memperoleh visualisasi produk yang jelas dengan bantuan keterangan yang memberi persuasif pada calon konsumen untuk tertarik dan memesan atau membeli produk yang di pasarkan.

Ada beberapa *platform* yang sering digunakan dalam proses pemasaran digital. Berupa media sosial dan jejaring sosial dengan masing-masing karakteristik media sosial tersebut. Seperti media sosial yang menjalin pertemanan facebook, instagram, twitter. Ada pula media sosial yang bersifat menjalin relasi seperti linkedin, yang bersifat pribadi seperti *e-mail*. Kemp dalam (Purwana, 2017) menyatakan bahwa *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per januari 2017 adalah Youtube (49%), *Facebook* (48%), instagram (39%), Twitter (38%), Whatsapp (38%), dan Google (36%), sisanya ditempati berurutan oleh *Facebook* messenger, Line, LinkedIn, BBM, Pinterest, dan Wechat.

Peran Pemerintah dalam Perkembangan UMKM

Berkaitan dengan dukungan pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan sebagai stabilitator atas kondisi perekonomian yang salah satu sektornya adalah UMKM, maka pemerintah perlu memberikan beberapa stimulus, peninjauan, dan pembinaan untuk proses keberlangsungan UMKM sebelum pandemi, ketika pandemi berlangsung, maupun setelah pandemi berlalu dalam proses stabilisasi perekonomian ke kondisi normal. (Kasnelly & Luthfi, 2021) berkaitan dengan adanya pandemi Covid-19 kebijakan-kebijakan yang diberikan pemerintah sebagai bentuk stimulus melalui kebijakan restrukturisasi pinjaman, tambahan modal, keringanan pembayaran listrik, serta dukungan keringanan pembiayaan lainnya. Selain itu pemerintah juga menyediakan insentif melalui program pemulihan ekonomi nasional (PEN) yang dilakukan sejak 2020 hingga saat ini. Mengingat pentingnya kontribusi UMKM dalam perekonomian, langkah-langkah strategis pemerintah diberlakukan seperti pemerintah memberikan bantuan program UMKM berupa pemulihan ekonomi nasional (PEN) dengan total anggaran 123,47 triliun. Dana ini teralokasikan guna mensubsidi bunga, penempatan dana untuk restrukturisasi kredit, peminjaman modal kerja, dan pembiayaan investasi kepada koperasi (Sarfiyah, et.al, 2019). Sebagai bentuk penguatan UMKM Bank Indonesia mengeluarkan ketentuan dengan mewajibkan pada perbankan untuk mengalokasikan kredit atau pembiayaan kepada UMKM mulai tahun 2015 sebesar 5% dari semua sektor UMKM, tahun 2016 sebesar 10%, tahun 2017 sebesar 15%, dan pada akhir 2018 sebesar 20%. Ketentuan ini menunjukkan pemerintah dan Bank Indonesia sangat merespon perkembangan UMKM sebagai pilar pembangunan ekonomi. Penulis menyimpulkan bahwa ada berbagai kemudahan yang pemerintah berikan kepada pelaku usaha dalam menstimulus dan mendukung perkembangan serta pertumbuhan UMKM. Mulai dari kemudahan pendanaan, pembiayaan, pemasaran, aksestabilitas dari produk menjangkau konsumen, dan lain

sebagainya. Ini menjadi bukti bahwa pemerintah benar-benar mengharapkan UMKM konsisten berperan sebagai pilar dalam perekonomian, didukung dengan beberapa data pendukung yang merekapitulasi kontribusi UMKM dalam perekonomian, sebelum dan pemulihan krisis moneter 1997 maupun saat pandemi sampai pada geliat UMKM bangun dari kondisi pandemi yang telah banyak memberikan dampak penurunan PDB yang signifikan.

Tidak hanya pemerintah pusat, pemerintah daerahpun diseluruh daerah wilayah penjurusan tanah air, juga memberikan dukungan dalam menstimulus perkembangan usaha kecil meski harus menghadapi berbagai situasi dan kondisi yang sulit di prediksi karena berdasarkan perkembangan perekonomian. Pemerintah provinsi Bali misalnya berkomitmen dalam bentuk dukungan pada industri UMKM melalui beberapa program yang dicanangkan untuk menjaga keluwesan UMKM tumbuh, berkembang, dan terus berkontribusi dalam perekonomian sebagai pilar setelah usai dari krisis maupun pandemi seperti saat ini. Adnyani, N, et.al (2021) pemerintah provinsi Bali berkomitmen memberi dukungan kepada industri kreatif khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah terutama bagi UMKM melalui dukungan regulasi seperti peraturan gubernur Bali No. 79 Tahun 2018 dan peraturan gubernur Bali No. 99 Tahun 2018 yang ditujukan untuk mendukung penggunaan dan konsumsi produk lokal Bali. Selain hal tersebut, pemerintah setempat juga memudahkan proses penggunaan investasi di Bali guna mendorong perekonomian. Peningkatan sumber daya manusia dilakukan dengan serangkaian pelatihan dan workshop sesuai dengan bidang yang dikembangkan. Pemodal dapat dengan mudah mendapatkannya pelaku usaha sebagai kerjasama kebijakan dari pemerintah dan lembaga keuangan. Dukungan pemasaran melalui aksesibilitas pemasaran produk dengan menggalakkan berbagai program dan kampanye untuk memperluas akses pasar. Promosi dan program pasar yang terjangkau serta program pendukung lainnya seperti *explore Bali* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk lokal lebih dekat lagi dengan masyarakat. Beberapa pendapat diatas memberikan gambaran bagaimana pemerintah dan pihak terkait terus mendukung perkembangan dan kemajuan industri ekonomi kreatif melalui pengembangan dan pembinaan, pengarahan dan penyediaan jaminan keberlangsungan usaha kecil seperti UMKM dengan tekad, motivasi, dan semangat juang para pelaku bisnis disertai dukungan pemerintah dan pihak terkait ini harapannya keterpurukan akibat pandemi dalam perekonomian, ataupun kondisi lain yang bisa saja terjadi dikemudian hari diluar prediksi, maka pelaku usaha tetap termotivasi kuat untuk terus mengembangkan usaha melalui segala kemudahan yang diberikan pemerintah baik dari segi kemudahan izin usaha, kemudahan permodalan, pembiayaan, aksesibilitas pemasaran yang lebih luas, pembinaan kualitas sumber daya manusia dalam menghadapi tantangan yang tidak mudah dalam persaingan UMKM kedepannya.

Beberapa pelaku usaha sering mengeluhkan proses pengurusan izin usaha yang mereka hadapi mengalami kesulitan. Kondisi tersebut sudah ditiadakan oleh pemerintah sebagai bentuk dukungan pertumbuhan ekonomi kreatif dalam UMKM sebagai pilar perekonomian dan stabilisator setelah usai dari krisis maupun pandemi dengan mengeluarkan kebijakan dari aspek perizinan usaha ditujukan untuk: 1). Menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan

terpadu satu pintu; 2). Membebaskan biaya perizinan bagi usaha mikro dan keringanan biaya perizinan bagi usaha kecil. Proses pendampingan izin usaha dapat diperoleh dengan mudah melalui kelengkapan persyaratan sesuai ketentuan seperti Kartu Tanda Penduduk, Kartu Keluarga, dan surat izin usaha ke kantor kecamatan setempat. Fasilitas yang diberikan pemerintah dalam keberlangsungan usaha kedepannya ini melalui berbagai upaya sangat berdampak positif dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yang dapat mengentaskan kemiskinan serta membuka lapangan kerja, mengurangi pengangguran, menstabiliskan kondisi perekonomian, serta sebagai pilar perekonomian bangsa. Ketika pelaku usaha memiliki surat izin usaha maka secara langsung yang bersangkutan akan memiliki perlindungan secara hukum serta operasional bisnis dapat dijalankan secara aman dan nyaman. Kemudahan untuk memperoleh bantuan modal serta akses pembiayaan usaha melalui kelompok usaha yang nantinya akan mengkoordinir ke pihak instansi terkait. Pembinaan sumber daya manusia atau pekerja mengenai peningkatan *skill* dapat diakses dengan mudah informasi mengenai kapan pihak instansi terkait mengadakan seminar, pelatihan, pembinaan, pendampingan dalam peningkatan kualitas pekerja (*labour*).

E. SIMPULAN

Hasil penelitian ini memberikan hasil kesimpulan atas penelitian yang dilakukan dengan uraian kesimpulan sebagai berikut:

1. UMKM sebagai pilar perekonomian dengan kontribusi yang besar terhadap perekonomian serta menjadi stabilisator perekonomian selepas masa krisis ekonomi maupun selepas masa pandemi.
2. Kemajuan teknologi onformasi menuntut pelaku usaha untuk lebih *familiar* dengan berbagai *platform* pemasaran online dengan harapan dapat meningkatkan volume penjualan serta memberi harapan untuk keberlangsungan UMKM tetap eksis kedepannya
3. Pemerintah sebagai pihak pemangku kebijakan perlu terus melakukan program dan kegiatan untuk mendukung industri ekonomi kreatif teur tumbuh, sumber daya manusia dengan *skill* yang lebih baik, kualitas industri kreatif yang bisa meluas serta dikenal masyarakat baik didalam negeri maupun di luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, T. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UMKM di Indonesia*. Mitra Wacana Media.
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik Covid-19 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 139–146.
- Anggraini, D. (2021). Kontribusi UMKM Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020. *Jurnal Ekombis Review Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Hamdani, H., Farmiati, J., & Munawir, M. (2021). Fasilitasi Akses Pembiayaan Bagi Pelaku Umkm Terdampak Covid -19 Di Banda Aceh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 1(2), 13–22.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding*, 9(1).
- Ilmi, N. A. N. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM Ditengah Pandemi Covid -19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 96–107.
- Kadeni & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium*, 8(2).
- Kasnelly, S., & Luthfi, H. A. (2021). Peranan Pemberdayaan UMKM Dalam Pemulihan Sosial Ekonomi Nasional. *Prosiding Sembadha*, 2, 351–355.
- Mulyadi, M. (2018). Pelayanan Perizinan Terpadu Dalam Meningkatkan Investasi dan Pertumbuhan UMKM. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia Fakultas Hukum Universitas Suryakencana*, 4(1), 112–127.
- Novita, D & Wulandari, S. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Peluang Usaha Warga RT.04 Rw.08 Kelurahan Tugu Depok. *Journal Of Applied Business And Economic (JABE)*, 8(1).
- Nurlela & Haryono, S. (2022). Analisis Perumbuhan UMKM Pasca Pandemi Covid -19 di Kelurahan Tanjung Barat Jakarta Selatan. *Sosiao E-Kons*, 14(1), 38–44.
- Pamungkas, F. et. a. (2022). Pengembangan Digitalisasi UMKM POKDARWIS Pasca Pandemi Covid -19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bantenese*, 4(1).
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Sabilla, S & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pertumbuhan Usaha pada UMKM. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).

- Sarfiah, S, et. a. (2019). UMKM sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*.
- Sari, E. R. (2016). Pengaruh Penyaluran Kredit UMKM terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional (Periode 2008-2012). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2).
- Singgih, M. N. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227.
- Siregar, M., Siregar, N. A., Kartikaningsih, R., & Purnama, I. (2021). STRATEGI UMKM DI MASA PANDEMI COVID -19 DI RANTAUPRAPAT. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 1(3).
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM dalam Perekonomi Indonesia. *Bilancia.*, 11(1).
- Suparyanto. (2013). *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Alfabeta.
- Taufik, A. I. (2017). Evaluasi Regulasi Dalam Menciptakan Kemudahan Berusaha Bagi UMKM. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 369–386.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid -19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.