

# Analisis Pertumbuhan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Kelurahan Tanjung Barat Jakarta Selatan

Nurlaela<sup>1</sup>, Sugeng Haryono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Indraprasta PGRI

---

## ARTICLE INFO

### Article History:

Received: 14 Februari 2022

Revised: 15 Maret 2022

Accepted: 29 Maret 2022

---

### Keywords:

Pertumbuhan UMKM;

Pandemi Covid-19;

Kelurahan Tanjung Barat.

---

## ABSTRACT

*The purpose of this study to find out the distribution of MSMEs affected by the pandemic and find out the growth strategy of MSMEs after the Covid-19 Pandemic in Tanjung Barat village. The method used in this study is qualitative research, while the data used by the authors in this study is primary data. The data in this study is the result of interviews with several MSME business actors located in the Tanjung Barat area of South Jakarta. With the Covid-19 pandemic, almost all business actors in the MSME sector have experienced a very drastic decline in income, on average, MSME actors experience various marketing and sales constraints, even product distribution. On the other hand, business actors strive to find other alternatives in terms of marketing and sales, securing capital and assets, even temporarily diverting their capital to other businesses, and must learn digital technology to promote and sell.*

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sebaran UMKM yang terdampak pandemi serta mengetahui strategi pertumbuhan UMKM pasca Pandemi Covid-19 di kelurahan Tanjung Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, Adapun data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data primer. Data dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara terhadap beberapa pelaku usaha UMKM yang berada di wilayah Tanjung Barat Jakarta Selatan. Dengan adanya pandemic Covid-19 ini hampir semua para pelaku usaha di sektor UMKM ini mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, rata-rata para pelaku UMKM mengalami berbagai kendala pemasaran dan penjualan, bahkan distribusi produk. Di sisi lain para pelaku usaha mengupayakan untuk menemukan alternatif lain dalam hal pemasaran dan penjualan, mengamankan modal dan aset, bahkan mengalihkan sementara modalnya untuk usaha lainnya, dan harus mempelajari teknologi digital untuk melakukan promosi dan penjualan.



© 2020 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

---

### Corresponding Author:

Nurlaela

Email: [Nurlaela2315@gmail.com](mailto:Nurlaela2315@gmail.com)

---

**How to Cite:** Nurlaela, Haryono, S. (2022). *Analisis Pertumbuhan UMKM Pasca Pandemi Covid 19 di Kelurahan Tanjung Barat, Jakarta Selatan.* Sosio e-Kons, 14 (1), 38-44

---

## PENDAHULUAN

UMKM adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh "(Uu, 2008) Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria asset: Maks. 50 Juta, kriteria Omzet: Maks. 300 juta rupiah. "(Adi M. Kartono, 2007)" UMKM ialah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- dimana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan.

UMKM sangat membantu perekonomian nasional antara lain: Membuka Lapangan Pekerjaan, Menjadi Penyumbang Terbesar Nilai Produk Domestik Bruto, Salah satu Solusi efektif bagi permasalahan Ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah. "(Rudjito, 2003) (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha.

Berikut beberapa manfaat UMKM bagi pelaku UMKM antara lain: adanya kebebasan dalam hal pengelolaan keuangan, data memiliki kemampuan untuk mengontrol diri sendiri, untuk melakukan perubahan dalam hidup serta menggali potensi diri agar lebih berkembang, pengabdian terhadap diri sendiri dan mendapatkan pengakuan atas usaha yang telah di jalani, tahan banting dalam setiap situasi dan kondisi, lebih fokus pada kepuasan konsumen, mudah beradaptasi, menjadi penggerak ekonomi masyarakat yang inovatif, kreatif dan fleksibel. "Ina Primiana" UMKM merupakan pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian guna mewadahi program prioritas serta pengembangan berbagai sektor dan potensi.

Akan tetapi pada tahun 2019-2020 UMKM ada yang terancam mati atau tetap bertahan usahanya walaupun dengan omset yang sangat rendah, hal itu dikarenakan suatu wabah penyakit yang tersebar di seluruh negara termasuk Indonesia. Virus tersebut adalah corona atau Covid 19, apa itu covid 19. " (RI, 2018), Coronavirus (CoV) adalah keluarga besar virus yang mengakibatkan penyakit dengan gejala ringan, sedang hingga gejala berat. Virus corona adalah zoonosis (ditularkan antara hewan dan manusia). Penelitian menyebutkan bahwa penyebaran SARS-CoV dari kucing luwak (civetcats) ke manusia dan penyebaran MERS-CoV dari unta ke manusia. Kemudian di akhir tahun 2019 telah muncul jenis virus corona baru yakni coronavirus disease 2019 yang sering disebut dengan COVID-19.

Menurut (WHO, 2020), penyakit coronavirus disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit menular. Kebanyakan orang yang terinfeksi virus COVID-19 mempunyai gejala akan mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang kemudian akan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus. Orang tua dan orang-orang yang memiliki komorbid seperti penyakit kardiovaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis, dan kanker dapat dengan mudah tertular COVID-19. Coronavirus disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit yang disebabkan oleh turunan coronavirus baru.

Dengan adanya virus covid 19 aktivitas masyarakat terbatas dan pemerintah menghimbau untuk selalu dirumah sehingga banyak pengusaha sebagian ada yang tutup dan sebagian ada yang tetap buka, pemerintah juga menghimbau untuk menutup usahanya selama beberapa minggu. Padahal khususnya warga di daerah Kelurahan Tanjung Barat, Jakarta Selatan banyak sekali yang pendapatannya utama dari berwirausaha.

Maka dari itu penulis bertujuan mencari informasi langsung kepada masyarakat untuk Untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari dampak pandemic Covid-19 terhadap omset para UMKM Dan Untuk mengetahui strategi pertumbuhan UMKM pasca Pandemi Covid-19 di Kelurahan Tanjung Barat.

## METODE

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian dimana data yang dihasilkan berupa deskriptif dari tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subyek itu sendiri (Furchan: 1992). dengan tipe deskriptif terhadap persepsi pertumbuhan UMKM pasca Pandemi Covid-19 wilayah Tanjung Barat Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer. Data tersebut berupa hasil wawancara terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di UMKM wilayah Tanjung Barat Jakarta Selatan. Sampel penelitian ini adalah pemilik dari UMKM tersebut. Adapun pengumpulan data penulis menggunakan metode wawancara dan observasi.

Tujuan penelitian ini adalah mengungkap pengaruh dari variabel-variabel yang diidentifikasi, sehingga peneliti menggunakan metode deskriptif analisis, bertujuan untuk menerangkan dan mengungkapkan secara sistematis antar dua variabel atau lebih.

Menurut (Sugiyono, 2014) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Dalam laporan ini teknik pengumpulan data yang digunakan berupa studi dokumentasi, wawancara secara langsung, observasi dan menyebar kuesioner kepada pelaku UMKM di wilayah Tanjung Barat Jakarta Selatan. Adapun hal-

hal yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini adalah tentang seberapa besar pengaruh omset penjualan yang diterima oleh pelaku UMKM selama terjadinya pandemi Covid-19 dan dampak dari peraturan pemerintah yang menerapkan beberapa peraturan baru seperti *social distancing*, *fisikal distancing*, dan toko-toko khusus bahan pokok saja yang diizinkan beroperasi hingga waktu yang tidak ditentukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

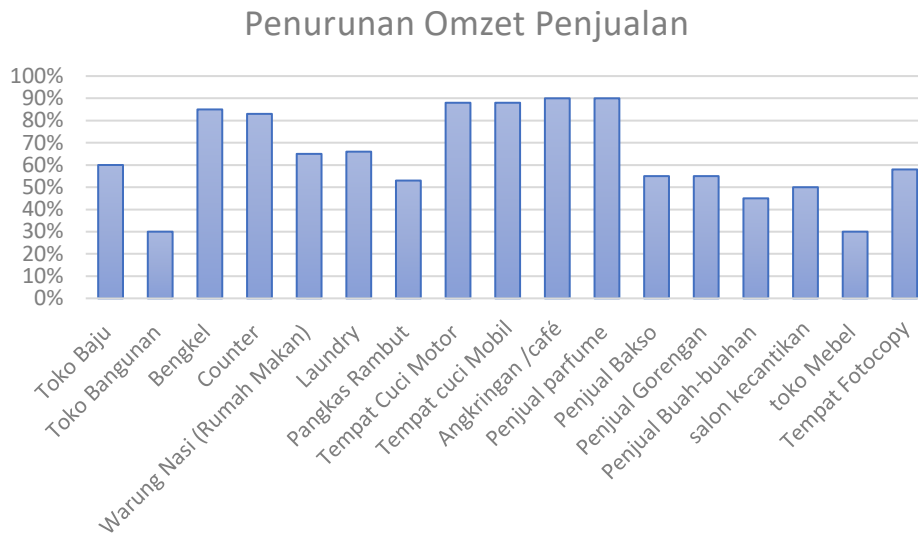
### Hasil

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang dilakukan melalui survei di beberapa UMKM di wilayah Tanjung Barat Jakarta Selatan. Dari hasil survei diketahui para pelaku UMKM di wilayah Tanjung Barat sebagai berikut.



Gambar 1. UMKM Wilayah Tanjung Barat

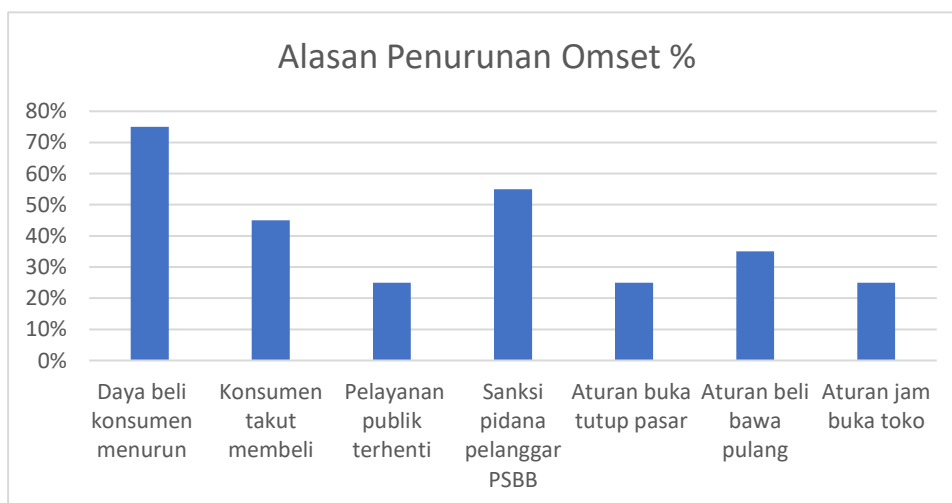
Gambar.1 menjelaskan sebaran UMKM yang ada di wilayah Tanjung Barat Jakarta selatan. Gambar tersebut menjelaskan subjek penelitian yang memiliki beberapa latar belakang diantaranya 23% pelaku UMKM dibidang warung nasi (rumah makan), 12 % pelaku usaha di bidang laundry, sedangkan pelaku usaha sebesar 6% dibidang toko baju, counter, pangkas rambut, penjual gorengan, kemudian sebesar 5% pelaku usaha dibidnag tempat cuci motor, angkringan (tempat nongkrong), penjual buah-buahan, dan tempat fotocopy. Selebihnya pelaku usaha sebesar 3% dan 2% menggeluti bidang took bangunan, penjual bakso, salon kecantikan, tempat cuci mobil, toko mebel, penjual parfume, penjual pupuk.



Gambar 2. Penurunan Omzet Penjualan

Diatas adalah prosentase grafik penurunan omzet penjualan selama masa pandemi covid -19 yang dialami oleh pelaku UMKM di wilayah Tanjung Barat. Hampir semua pelaku usaha mengalami kondisi penurunan pendapatan baik di bidang jasa maupun barang. Bahkan yang dialami pelaku UMKM bidang produksi dan perdagangan pakaian juga memperoleh kondisi penurunan pendapatan penjualan, hal tersebut tidak hanya dialami oleh pelaku usaha produksi dan perdagangan pakaian, kain, atau produk-produk pokok. Usaha di bidang jasa seperti cafe, rumah makan, dan warung juga mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis dan berpengaruh besar dalam hal pendapatan usahanya.

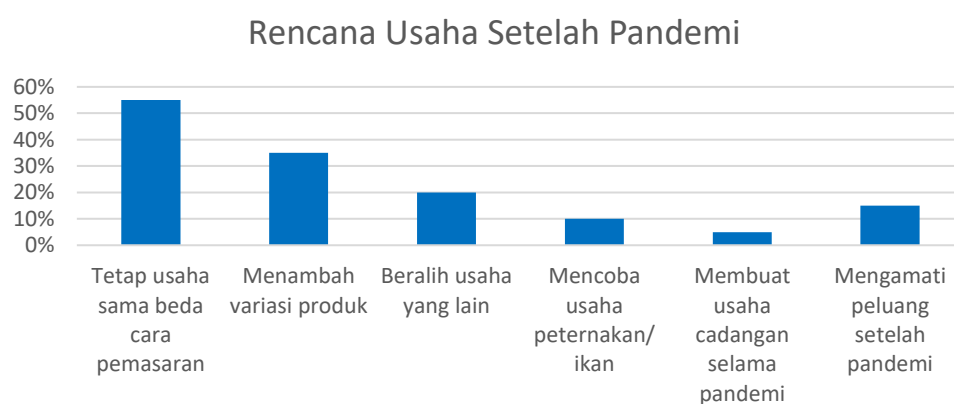
Kondisi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Tanjung Barat dalam penelitian ini, dari 81 pelaku usaha diketahui rata-rata mengalami penurunan pendapatan dan pelaku usaha ada beberapa yang merasa tidak mampu bertahan, sehingga beberapa UMKM ada yang sudah tutup. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukam maka dapat diketahui besarnya prosentase penurunan pendapatan dalam rentang waktu selama pandemi covid-19 ini mengalami penurunan sangat signifikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan 81 pelaku UMKM, berikut beberapa alasan yang dapat dilihat pada tabel berikut.



Gambar 3. Alasan Penurunan Omzet

Dari Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa alasan penurunan omzet paling tinggi menunjukkan bahwa hampir 75% pelaku usaha menyatakan terbatasnya ruang gerak masyarakat di sekitar yang harus

tetap dirumah, membatasi interaksi dan selalu menjaga protokol kesehatan, serta daya beli konsumen menurun dikarenakan sebagian besar para pembeli atau pelanggan mulai berfikir untuk berhemat bahkan di antara mereka ada yang sudah kehilangan penghasilannya bahkan pekerjaan. Kemudian 45% para pelaku usaha menyatakan alasan pendapatan menurun sebagian besar konsumen merasa belum terbiasa membeli melalui aplikasi berbasis digital atau online, dengan adanya wabah ini konsumen takut membeli dan berinteraksi secara langsung dengan penjual karena harus mematuhi protokol Kesehatan dan menjaga jarak. Selain itu penurunan omset terjadi setelah adanya larangan keluar rumah atau diterapkannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dengan disertai sanksi pidana dan denda, alasan tersebut masuk kedalam prosentase sebanyak 55%. Selain faktor-faktor tersebut, para pelaku UMKM terdapat beberapa hambatan dalam penurunan pendapatan diantaranya adanya aturan jam buka toko yang ditentukan dalam protokol Kesehatan dan protokol keamanan, aturan membeli makanan atau minuman untuk tidak makan ditempat, serta pembatasan jarak antar pengunjung, sehingga para konsumen memilih untuk di rumah saja sampai kondisi lingkungan sekitar berangsur membaik.



Gambar 4. Rencana Usaha Selanjutnya

Berdasarkan Gambar.4 diatas, dapat disimpulkan bawa para pelaku UMKM mempunyai beberapa rencana setelah masa pandemi COVID-19 berlalu, 55% pelaku UMKM memilih untuk tetap bertahan dan menekuni usahanya sekarang dengan melakukan berbagai inovasi dan cara baru untuk menarik pasar atau calon-calon konsumen, karena mereka yakin bahwa pasar konsumen belum berubah dalam hal keputusan pembelian, para penjual melakukan cara pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi seperti Whatsaap, Shopee food, GoFood dll. Selanjutnya sebesar 35% pelaku UMKM mempunyai pemikiran untuk menambah variasi produk untuk memperluas peluang pendapatan yang lebih maksimal, tetapi juga tetap memperhatikan dan mengamati bagaimana situasi pasar setelah pandemi ini berakhir, kemudian 20% para pelaku UMKM memilih untuk beralih ke usaha yang lain, yaitu menyesuaikan dengan kebutuhan pasar dan kondisi pasar. Dan kemudian 15% pelaku UMKM akan mengamati kebutuhan masyarakat disekitar setelah pandemi berakhir, serta membuat usaha lainnya selama masa pandemi untuk bertahan atau mengalihkan modal sementara, adapula para pelaku usaha yang mencoba membuat usaha peternakan / budidaya ikan.

Dari hasil penelitian sebelumnya dengan tema yang sama UMKM akan tetapi dengan variabel X yang berbeda, Bahwa variabel pertumbuhan UMKM memiliki nilai signifikan sebesar 1,97 dan Hubungan X dan Y dapat dilihat dari nilai pearson correlation yaitu sebesar 0,690 jika kita lihat dari pedoman derajat hubungan pearson correlation terletak pada bagian nomor 4 yaitu jika nilai pearson correlation 0,61 s/d 0,80 berarti tingkat hubungan antara variabel UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi kuat "(Abdul Halim, 2020)".

Penelitian mengungkapkan bahwa kendala yang paling umum menghambat pertumbuhan UKM adalah dukungan keuangan, sumber daya manusia yang lemah, dan akses pasar yang terbatas antara

faktor internal sedangkan eksternal terdiri dari iklim usaha, infrastruktur dan otonomi” (Wiwiek Rabiatul Adawiyah, 2011)”

Dari penelitian relevan diatas bahwa UMKM sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi serta UMKM bisa berkembang dan bisa turun dikarenakan beberapa faktor, jika dilihat dari penelitian yang tim peneliti sekarang lakukan UMKM bisa turun dikarenakan faktor adanya kondisi kesehatan masyarakat di Indonesia.

## SIMPULAN DAN SARAN

Adapun simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Dengan adanya pandemic Covid-19 ini hampir semua para pelaku usaha di sektor UMKM ini mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, rata-rata para pelaku UMKM mengalami berbagai kendala pemasaran dan penjualan, bahkan distribusi produk. Di sisi lain para pelaku usaha mengupayakan untuk menemukan alternatif lain dalam hal pemasaran dan penjualan, mengamankan modal dan aset, bahkan mengalihkan sementara modalnya untuk usaha lainnya, dan harus mempelajari teknologi digital untuk melakukan promosi dan penjualan.

Para pelaku usaha di sektor UMKM ini Sebagian besar berusaha untuk dapat mempertahankan bisnis atau usahanya di tengah pandemi Covid 19, dengan tetap mematuhi aturan pemerintah dan protokol kesehatan serta keamanan dengan berbagai cara yang telah diamati (*observe*), membuat suatu keputusan (*decide*), diidentifikasi (*to orient*) dan melakukan aktivitas kembali (*to act*) dengan terus melakukan identifikasi, observasi, membuat keputusan, dan menjalankannya secara berkelanjutan dalam satu siklus yang tidak dibatasi waktu. Sehingga dapat diharapkan pertumbuhan ekonomi akan semakin membaik dan berangsur normal kembali.

Saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini khususnya untuk para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada saat pandemi Covid-19 ini diusahakan untuk dapat memikirkan dan mencari inovasi produk-produk baru, memikirkan ide dan kreativitas yang belum pernah ada, mencari peluang usaha baru yang di butuhkan baik dalam segi promosi penjualan dan pemasaran, agar omset yang didapat para pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) tetap stabil bahkan meningkat dan perlu adanya suatu pengelolaan usaha yang baik dan promosi yang berkelanjutan untuk mengenalkan suatu produk atau jasa pada calon-calon konsumen sehingga konsumen berminat menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Impilikasi dari penelitian UMKM diharapkan bisa selalu berkembang Karena yang bisa membantu perekonomian diindonesia dan masyarakat adalah UMKM, karena dengan adanya UMKM akan banyak membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar dan membuka peluang usaha baru dengan berbagai inovasi yang ditawarkan. Dan agar UMKM selalu berkembang adanya perlu pendampingan yang serius dari PEMDA, seperti kelurahan, dengan memberikan penyuluhan atau dana UMKM.

## REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, Volume 1,*. p-issn: 2621-3842, e-ISSN: 2716-2443
- Adi M. Kartono. (2007). *Analisis Usaha Kecil dan Menengah* (CV.Andi Offset (ed.)).
- RI, K. (2018). *Kementrian Kesehatan RI*. <http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatanindonesia/Profil-Kesehatan-Indonesia>
- Rudjito. (2003). *Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

- Uu. (2008). *Undang-undang (UU) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (L. S.: 20 H. LN.2008/NO.93, TLN NO.4866 (ed.)).
- WHO. (2020). *Tatalaksana klinis infeksi saluran pernapasan akut berat (SARI) suspek penyakit COVID-19*.
- Wiwiek Rabiatul Adawiyah. (2011). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Journal & Proceeding Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman, Vol 1, No.*