

PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA

Oleh:
Rahmi Rosita

*Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta
Gedung Sentra Kramat, Jl. Kramat Raya No. 7-9 Jakarta Pusat 10450
Telp. 021-31904598 Fax. 021-31904599*

Email: rahmirosita44@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dan menganalisis sejauh mana pengaruh pandemi covid-19 terhadap UMKM yang ada di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita *online* yang terkait langsung dengan penelitian ini. Sejak merebaknya virus corona atau yang dikenal dengan pandemi covid-19 terjadilah penurunan omzet pelaku UMKM yang sangat signifikan. Terdapat beberapa lapangan usaha UMKM yang terkena dampak yang paling besar yaitu penyedia akomodasi, pariwisata, dan makan minum, perdagangan besar dan eceran, serta reparasi sepeda motor dan transportasi dan perdagangan. Berdasarkan data yang diolah P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah di angka 0,07%. Pengaruh virus COVID-19 terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan, usaha mikro berada di angka 17,03%. Untuk usaha kecil di sektor kerajinan kayu dan rotan 1,77% dan usaha menengah 0,01%. Sementara itu, konsumsi rumah tangga juga akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM adalah jenis usaha perekonomian yang paling banyak terdampak dari pandemic covid-19 meliputi industri otomotif, industri baja, peralatan listrik, industri tekstil, kerajinan dan alat berat, pariwisata. Sedangkan industri yang mampu bertahan di masa pandemic covid-19 adalah 1. UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi². Industri ritel yang mampu bertahan, hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui *marketing digital* 3. Industri lain yang mampu bertahan dimasa pandemi covid 19 adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar, antara lain listrik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Industri yang mengalami perkembangan selama masa pandemic covid-19 adalah pangan, farmasi, teknologi Informasi dan komunikasi.

Kata kunci : Pandemi, COVID-19, UMKM

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pandemi covid-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada 2 Maret 2020, ketika 2 orang terkonfirmasi tertular dari seorang warga Negara

Jepang. Pada 9 April, pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi dengan Jawa Timur, DKI Jakarta dan Sulawesi Selatan sebagai provinsi paling terpapar. Upaya pencegahan penyebaranpun dilakukan dan dikampanyekan. Setidaknya ada dua cara yang menjadi kunci pengendalian

penularan dan penyebaran covid-19 yaitu dengan menjaga jarak dan rajin mencuci tangan dengan sabun dan memperbanyak *wastafel portable* yang diadakan secara mandiri oleh masyarakat. Pemerintahpun akhirnya melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengkampanyekan *Stay at home*. Sektor UMKM pun terdampak parah. Berdasarkan data dari kementerian koperasi yang memaparkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (Antara, Mei 2020). Sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi COVID-19. Para pengusaha UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sedikitnya 39,9 persen UMKM memutuskan mengurangi stok barang selama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat covid-19. Sementara itu 16,1 persen UMKM memilih mengurangi karyawan akibat toko fisik ditutup. Sektor UMKM mengalami dampak yang cukup dalam akibat pandemi covid-19.

Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif. disamping itu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) suatu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0.

Dampak yang signifikanpun terjadi terhadap perekonomian di Indonesia. Dari semua lini usaha mikro, kecil hingga

koperasi sangat terdampak dengan adanya wabah virus corona. Penjualan menurun, permodalan, pesanan menurun, kesulitan bahan baku, dan kredit macet. Ekonomi tiba-tiba ambruk dalam sekejap.

Tak dapat dipungkiri, perlahan semua sudah beralih ke arah digital, sehingga interaksi antara manusia dan teknologi sudah tidak terelakkan lagi. Semua pemenuhan kebutuhan sudah tersedia secara digital, mulai dari jual beli, jasa, hingga transaksi pembayaran. Pemanfaatan teknologi merupakan dasar dari masing-masing revolusi industry. Dampak era revolusi industry 4.0 adalah teknologi digital yang digunakan memungkinkan terjadinya interkoneksi antara mesin fisik dengan system produksi. teknologi menjadi unsur utama terhadap pengembangan industri konvensional menuju industri digital sehingga mampu mentransfer data tanpa bantuan manusia serta dengan adanya big data agar mampu membantu dalam menentukan arah dalam bisnis.

Sektor UMKM yang terganggu selama pandemi COVID-19 selain daripada makanan dan minuman, juga yang terdampak adalah industri kreatif dan pertanian. Bahkan hasil survey menunjukkan bahwa kesulitan yang belum pernah dihadapi perusahaan sebelumnya akibat pandemi covid-19, yaitu dua dari tiga perusahaan yang menghentikan operasinya baik sementara maupun secara permanen, karena pendapatan menurun drastis.

Covid-19 atau yang dikenal sebagai virus corona merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh syndrome pernafasan akut *coronavirus2 (severe acute rrespiratory syndrome corona virus 2 or SARS-coV-2)*. Corona virus menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). Coronavirus ini pertama ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019 (Ilmiah, 2020: Hui, et al.,2020)

Pandemi COVID-19 memunculkan beberapa masalah bagi pelaku UMKM, di sisi lain ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar. Transaksi perdagangan drastis elektronik meningkat selama pandemi COVID-19. Produk yang penjualannya mengalami peningkatan, antara lain produk kesehatan meningkat 90%, produk penunjang hobi naik 70%, makanan naik 350%, dan makanan herbal naik 200% (Tempo, 27 April 2020)

Di Jakarta, pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada 10 April 2020 selama dua minggu, namun pakar kesehatan menyebut perlu waktu satu bulan untuk menekan penyebaran covid-19. Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan menyatakan dan menetapkan bahwa masa berlaku 14 hari dari tanggal 10 April 2020 tersebut sesuai dengan Peraturan Gubernur tentang pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang tertuang dalam Peraturan Gubernur Nomor 33 Tahun 2020, bisa diperpanjang sesuai kebutuhan. Dan diperpanjang lagi sejak 24 April sampai dengan 22 Mei 2020.. Hal ini sesuai dengan Keputusan Gubernur (kepgub) No 489 Tahun 2020 tentang pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar 19 Mei 2020.

Di Jakarta setidaknya lebih dari 1.300 orang terinfeksi covid-19 dan lebih dari 133 orang meninggal dunia (07/4). Jakarta adalah provinsi pertama yang menerima izin kemenkes untuk melakukan PSBB karena peningkatan dan penyebaran covid19 yang signifikan (BBC News, April 2020).

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh covid-19 pada Perekonomian Indonesia

Pada awal kejadian *lock down* kota Wuhan dengan beragam kejadian yang diberitakan, telah berdampak negatif pada pemberitaan dan interaksi bisnis bagi warga dan jaringan kota Wuhan Propinsi Hubei, China dan juga ketika virus meluas ke seluruh daratan Tiongkok. Lebih lanjut Baldwin dan Mauro (2020) menyatakan pada perkembangan Covid-19 selanjutnya, tidak hanya memberikan efek negatif bagi wilayah dan negara yang tertimpa Covid-19, tetapi berdampak lebih lanjut pada negara lain karena terkait dengan *value chain economic*. Ketika virus meluas keluar dari daratan Tiongkok (Mainland China). Ketatnya pembatasan sosial wilayah adalah antisipasi sebaran virus yang sangat cepat. Dampak Ekonomi Covid-19 Naushad Khan dan Shah Faisal (2020) yang meneliti dampak Covid-19 terhadap perekonomian China melalui penelitian pada beberapa jurnal dan laporan yang membahas kajian pada tema yang terkait. Temuan dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa akibat Covid-19 yang diikuti kebijakan *lockdown* Kota Wuhan dan diikuti karantina kota dan Propinsi lainnya, telah mengurangi dan bahkan menghentikan beragam aktivitas masyarakat, pelajar, mahasiswa, pekerja di area publik, berhentinya pabrikasi, transportasi darat, jalur penerbangan dan ditundanya banyak pembangunan dan tertunda investasi, juga aktivitas sektor keuangan, perbankan serta ekspor impor menyebabkan terjadi penurunan angka pertumbuhan (*decline*) 2% dari posisi 6% pada capaian sebelum pandemi Covid-19. Baldwin dan Tomiura (2020) menemukan kecenderungan bahwa pandemi Covid-19.

Dampak wabah virus corona (covid-19) tidak hanya merugikan sisi

kesehatan, virus ini bahkan mempengaruhi perekonomian Negara-negara di seluruh dunia, tak tekecuali Indonesia. Perekonomian global semakin melambat dan mempengaruhi dunia usaha.

Di Indonesia, pemerintah mencoba melakukan berbagai upaya menekan dampak virus corona terhadap industri, semua pihak diminta untuk melakukan *social distancing*, *Work From Home* (WFH) dan memutuskan untuk meliburkan

kegiatan perkuliahan dan kegiatan belajar mengajar.

Sektor ekonomi menjadi sektor yang terdampak cukup parah akibat pandemi covid-19. Pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia sejak awal bulan Maret 2020 telah memaksa sebagian besar masyarakat untuk membatasi aktifitasnya agar penyebaran virus corona dapat dicegah. Hal ini berakibat berbagai sektor terkena imbasnya.

Himanshu Koshle, dkk (2020) yang meneliti dampak Corona virus terhadap bisnis di India, menemukan bahwa pada sektor perdagangan menyebabkan kerugian tidak kurang dari USD 348 juta karena perlambatan perekonomian dan konsekuensi kebijakan.

Elisa M. Maffioli (2020) mengungkapkan bahwa tingkat kecepatan dan ukuran skala penyebaran covid-19 melebihi kasus wabah virus pada kejadian dekade sebelumnya seperti virus H1N1 pada tahun 2009-2010, virus Ebola tahun 2014 dan virus Zika Amerika Latin pada tahun 2015-2016.

Panji Anoraga (2010) memaparkan tentang karakteristik UMKM secara umum yaitu : system pembukuan yang sederhana, margin usaha yang cenderung tipis dengan modal terbatas, minimnya pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan dengan skala ekonomi yang terlalu kecil, keterbatasan kemampuan pemasaran dan negosiasi.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui seberapa besar dampak pandemi covid-19 terhadap pelaku UMKM, sektor mana saja yang merasakan dampak pandemi covid-19 ini dari yang omzetnya menurun, stabil atau bahkan meningkat pada saat pandemi covid-19.
2. Menganalisis pola UMKM seperti apa yang mampu bertahan di era covid19.

METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua efek yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia. Namun hanya ada sedikit riset empiris yang mengupas tentang covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi yang merupakan cara yang penulis lakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber referensi. Selain itu, karena keterbatasan waktu dan materi terkait penelitian ini, penulis menggunakan telaah literatur (*literature review*) dan artikel penelitian (*research article*), dari jurnal dan pemberitaan *online* yang bertujuan untuk membuat kesimpulan dan evaluasi pada permasalahan yang penulis kaji.

Subjek, Waktu dan Tempat Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdampak covid-19, yang penulis amati berdasarkan riset penelitian (*research article*), maupun jurnal penelitian. Lama penelitian dilakukan sejak bulan April hingga pertengahan Agustus 2020. Basis penelitian dilakukan di Jakarta dengan mengamati kebijakan dan berbagai

kampanye cuci tangan dengan handsanitaizer serta peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), *social distancing*, *stay at home*, (WFH) *work from home* hingga dampaknya terhadap UMKM.

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita *online* yang terkait langsung dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yaitu berupa data sekunder baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif dari jurnal dan pemberitaan online. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada, diperoleh dari hasil riset, referensi dan pemberitaan online. Sumber data sekunder adalah yang terkait dengan penelitian, untuk selanjutnya dianalisis dan diambil kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri UMKM yang terdampak Covid-19

Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Banyak pelaku UMKM meliburkan karyawannya bahkan menutup sementara usahanya. Salah satu penyebabnya adalah penurunan omzet penjualan. *Work from home* atau dikenal dengan singkatan WFH juga berpengaruh terhadap penurunan omzet. Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan *physical distancing* dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktifitas masyarakat berpengaruh pada aktifitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian.

Para pelanggan menutup diri dan menjaga jarak dan berdampak terhadap aktifitas bisnis.

Kegiatan interaksi fisik antara sesama manusia menjadi berkurang dan membuat masyarakat mengurangi aktifitas ekonomi secara drastis. Hal ini berdampak pada bisnis di sektor manufaktur, transportasi dan pariwisata mengalami penurunan. Keadaan ini sangat mengkhawatirkan, mengingat banyaknya kewajiban yang harus ditanggung seperti membayar listrik, menggaji karyawan dan lain sebagainya.

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang terdampak oleh penyebaran virus ini. Ketua Bali Tourism Board (BTB) Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Bali, Ida Bagus Agung Partha Adnyana mengatakan telah terjadi 40.000 pembatalan hotel dengan kerugian mencapai Rp1 triliun setiap bulan (Kontan, 5 Maret 2020). Lesunya sektor pariwisata memiliki efek domino terhadap sektor UMKM. Berdasarkan data yang diolah P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah di angka 0,07%. Pengaruh virus Covid-19 terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan, usaha mikro akan berada di angka 17,03%. Untuk usaha kecil di sektor kerajinan kayu dan rotan 1,77% dan usaha menengah 0,01%. Sementara itu, konsumsi rumah tangga juga akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8% (katadata.co.id, 2 Maret 2020). Padahal pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat tergantung pada ketahanan UMKM saat menghadapi krisis.

Meskipun telah diketahui ketahanannya dalam menghadapi krisis ekonomi, terkait dengan kondisi terkini Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo)

Ikhsan Ingrabatun memperkirakan omset UMKM di sektor nonkuliner turun 3035% sejak Covid-19 penyebabnya adalah penjualan produk ini mengandalkan tatap muka atau pertemuan antara penjual dan pembeli secara fisik. UMKM yang menjual produk non-kuliner menyasar wisatawan asing sebagai pasar (Kompas, 10 Maret 2020).

Kehadiran virus corona (covid-19) telah membuat situasi ekonomi di seluruh dunia memburuk. Pandemi covid-19 ini telah membawa kesengsaraan yang meluas terhadap pekerja sektor formal dan informal. Lebih dari 1,5 juta jiwa pekerja telah dirumahkan atau terkena PHK.

Industri UMKM yang Mampu Bertahan

UMKM yang mampu bertahan ditengah iklim covid-19 ini antara lain adalah UMKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital dengan memanfaatkan *marketplace* yang ada di Indonesia. Dan UMKM yang mampu bertahan di era pandemi covid-19 adalah UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi, misalnya yang tadinya menjual produk-produk tas dan baju kemudian merubah produknya menjadi jual masker kain. Industri lain yang mampu bertahan dimasa pandemic covid 19 adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar meliputi Listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Demikian halnya dengan industry ritel yang mampu bertahan , hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital

Perubahan transformasi digital dari model bisnis dari konvensional menjadi digitalisasi

Transformasi digital mengacu pada proses dan strategi menggunakan teknologi digital untuk secara drastis

merubah cara berbisnis dan beroperasi dalam melayani pelanggan. Meskipun teknologi komputer telah ada selama beberapa dekade, namun konsep transformasi digital masih relatif baru dan bersifat memaksa para pelaku UMKM karena kondisi pandemi covid-19 sekarang ini.

Bank Indonesia mencatat sebanyak 72,6% usaha mikro kecil dan menengah terdampak pandemi corona. Para pengusaha mengalami penurunan penjualan hingga kesulitan modal dan bahan baku. Data per 3 April 2020 menggambarkan bahwa Indonesia berada di urutan pertama Negara-negara ASEAN yang didasarkan pada akumulasi kematian akibat covid-19 dimana Jakarta sebagai episentrum penyebaran covid-19 di Indonesia.

Pandemi covid-19 yang tengah melanda dunia, termasuk Indonesia dipastikan mempengaruhi kehidupan masyarakat, baik aspek kesehatan maupun sosial dan ekonomi. Pandemi covid-19 telah banyak mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbagai aktifitas, termasuk berbelanja. Kebijakan beberapa negara untuk melakukan pembatasan sosial untuk menghambat penyebaran virus corona membuat masyarakat memilih untuk belanja *online*. Situasi ini mendorong akselerasi perekonomian digital. Para penjual mau tidak mau harus beralih strategi baru untuk mengikuti perkembangan pola konsumsi masyarakat kearah digital dan mengubah kebiasaan masyarakat untuk belanja secara *online*

Perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel. Pasar ritel yang beberapa waktu sebelumnya mencoba untuk menggusur keberadaan pasar tradisional, tetapi pada kenyataannya keberadaan pasar ritel modern dipengaruhi oleh globalisasi terlihat bahwa beberapa pasar ritel mulai turun seperti musim gugur. Satu persatu pasar ritel modern, skala besar, mikro,

hingga kecil mulai turun satu persatu. Hal ini disebabkan kurangnya minat konsumen untuk berbelanja secara konvensional meskipun fasilitas fisiknya sangat nyaman dan hampir tidak ada celah. Dengan menghadirkan kemudahan berbelanja di era covid-19 ini, orang enggan dan lebih suka melakukan aktivitas belanja *online* atau menggunakan aplikasi media, dengan adanya kebijakan pembatasan yang diteapkan pemerintah

Ada beberapa alasan orang melakukan belanja *online* :

a) Meminimalkan Biaya.

Belanja *online* berkembang pesat, penghematan biaya dan waktu menjadi faktor utama melakukan transaksi online. Selain lebih efisiensi biaya, efisiensi yang bisa dihemat antara lain biaya transportasi, biaya parkir, dan biaya akomodasi yang merupakan satu paket untuk melakukan pembelian dan proses transaksi. Dari segi efisiensi waktu, pembeli tidak perlu harus meluangkan waktu khusus untuk melakukan aktifitas belanja, terlebih menghabiskan banyak waktu lagi untuk memilih dan mencari barang dari toko ke toko, sehingga menguras tenaga dan pikiran. Dengan belanja online pembeli cukup meluangkan waktu seperlunya saja.

b) Mengurangi Kelelahan

Untuk transaksi pasar *online* anda tidak perlu harus repot mendatangi toko, *mall* atau tempat makan. Sehingga kita tidak lelah dan mengeluarkan tenaga ekstra untuk berbelanja, belum lagi harus mengendarai kendaraan, menghindari kemacetan, dan berbagai resiko yang muncul di jalan. Jika transaksi secara *online*, kita bisa berbelanja sambil melakukan aktifitas lain dirumah, atau tempat

kerja, sangat praktis dan tidak melelahkan.

c) Efisiensi Daya

Penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan social distancing dikota-kota besar menimbulkan kepanikan dimasyarakat. Aktifitas keluar rumah dibatasi. Aturan PSBB sudah tercatat didalam peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 tahun 2020. Untuk melakukan aktifitas belanja tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk antri di depan kasir, antri dan desak desakan dalam memilih barang terbaik, belum lagi harus menunggu untuk dilayani para penjaga toko ketika toko sedang ramai dan banyak pengunjung. Aktifitas belanja online juga efisiensi dari segi daya, dan tidak melelahkan. Dengan belanja mealui online yang hanya dengan satu aktifitas membuka *smartphone* semua aktifitas belanja mulai memilih toko, memilih barang, membandingkan harga dan kualitas hingga proses transaksi dan pembayaran dilakukan hanya dengan satu klik. Hal ini menjadi sebuah kemudahan tersendiri dalam era masyarakat digital.

d) Terhindar dari Masalah Kerepotan.

Himbauan untuk dirumah saja atau dikenal dengan istilah *stay at home*, merupakan langkah memutus penularan virus corona (covid-19). Jika berbelanja *online* saat *shooper* ingin berbelanja banyak tidak perlu direpotkan membawa beratnya belanjaan untuk membawa barang belanjaan ke kendaraan atau kerumah kita, karena semua barang pesanan langsung dikirim kerumah dengan keadaan yang aman. Tentu berbeda dengan

belanja konvensional dimana kita dibuat repot untuk membawa dan bahkan mengirimnya kerumah, karena tidak semua toko menyediakan jasa pengiriman barang yang dibeli oleh konsumen.

e) Membatasi Belanja

Salah satu faktor kelemahan seorang manusia dalam aktifitas belanja adalah nafsu belanja lebih saat di pusat perbelanjaan. Ketika kita ingin membeli satu barang namun sesampai di toko bisa tertarik dengan barang lain yang sebenarnya tidak begitu penting dan tidak dibutuhkan dan bukan menjadi niat awal untuk membelinya. Ketika belanja online tentu hal ini bisa diminimalisir sebab kita akan bisa fokus terbatas hanya mencari barang yang dibutuhkan.

f) Harga Bersaing

Dalam aktifitas belanja konvensional, banyak faktor yang menyebabkan kita untuk membuang waktu membandingkan harga dengan toko sekitarnya, dan itu juga membutuhkan waktu dan tenaga dari satu toko ke toko yang lain. Berbeda halnya dengan belanja *online*, saat ingin membandingkan beralih ketoko lain hanya dengan satu klik tanpa kita harus berpindah secara fisik. Perbedaan harga juga tidak jauh berbeda dengan belanja konvensional. Jika dibandingkan dengan beragamnya keuntungan tentu tidak menjadi masalah untuk memilih belanja *online*.

g) Diskon Menarik/Harga Spesial

Banyak diskon yang ditawarkan dengan system belanja digital. Sistem belanja *online* menerapkan semacam sistem tabungan, jadi semakin sering

berbelanja online, penjual akan memberikan *voucher*, *gift*, poin, atau *reward* tertentu. Berbeda dengan toko konvensional yang hanya memberikan potongan tertentu terbatas hanya pada yang punya member saja atau pada saat-saat tertentu.

h) Efisiensi Waktu

Dengan belanja *online*, kita tidak menghabiskan waktu untuk perjalanan ke toko untuk belanja, kita dimudahkan untuk tidak harus keluar dengan berbagai masalah diperjalanan, macet di jalan sekaligus bahaya di perjalanan. Aktifitas belanja online hanya membutuhkan waktu beberapa menit saja, sehingga kita mengatur kegiatan secara efektif untuk kegiatan lainnya.

i) Faktor Kenyamanan

Kenyamanan bisa diartikan berbeda oleh konsumen yang berbeda. Kenyamanan adalah kemampuan melepaskan diri dari beban pekerjaan rutin, sehingga bisa memiliki waktu lebih banyak untuk melakukan hal-hal yang lebih penting. Kita dapat menikmati kebebasan berselancar internet untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja. Kita tidak perlu harus berdandan, keluar untuk belanja, bahkan dengan bersantiaupun kita sudah bisa melakukan aktifitas belanja, bahkan belanja juga dapat dilakukan tengah malam dan waktu libur.

Beberapa keuntungan yang ditawarkan cara belanja *online* untuk dapat mempertahankan eksistensinya di pasar di era *digital*.

1. Pelanggan dan Industri

- a. Selama bertahun-tahun pemikiran tradisional berfokus pada kebutuhan sosial, memenuhi

kebutuhan pelanggan dasar seperti pakaian, makanan telah menjadi landasan pemasaran selama bertahun-tahun. Revolusi sosial digital telah mengubah kebutuhan dasar menjadi keseimbangan konektivitas antara satu pelanggan dan pelanggan lainnya.

- b. Membangun ekosistem dan model bisnis baru di era digital saat ini, serta keunggulan kompetitif diciptakan dari keterikatan kita bersama lingkungan industri yang secara langsung mengubah pesaing kita dan diri kita.

2. Merancang Strategi Sosial dan Digital

- a. Mengembangkan strategi sosial dan digital menanggapi perubahan yang terjadi di pasar dengan menerapkan strategi digital yang tepat. Perusahaan seperti American Express, Nike dan Harvard telah berhasil mengatasi kebutuhan sosial pelanggan mereka, sehingga mengurangi retensi pelanggan dan biaya akuisisi serta mengurangi biaya produksi.
- b. Memindahkan pelanggan ke pasar *online* serta mengembangkan strategi digital membutuhkan kesiapan integrasi sistem operasi *offline* dan *online*. Tidak hanya menembus komunikasi pemasaran terpadu saja, tetapi juga menjadi manual operasional dan harus diterapkan bersama.

3. Melaksanakan Strategi Digital dan Sosial

Penetrasi pasar baru pasar digital, *Facebook*, *Google*, *You Tube* hingga aplikasi seluler telah mengubah pasar menjadi lebih cerdas dan terinformasi dengan baik. Saat ini merupakan penggerak perubahan yang memaksa perusahaan menjadi lebih sosial dan digital. Di sini pentingnya memanfaatkan media sosial untuk

mencari informasi, pemasaran keluar dan masuk untuk mencapai keunggulan kompetitif. 90% pemasaran mengatakan bahwa media sosial sangat penting bagi bisnis mereka. Media sosial membuka peluang baru untuk menghasilkan aliran pendapatan.

4. Mengembangkan Kapabilitas Organisasi

Media sosial memiliki sejumlah besar data mentah (*big data*) yang akan mengungkapkan informasi yang penting, salah satunya adalah perilaku konsumen dalam keputusan membeli atau memperkirakan barang dan jasa apa saja yang dibutuhkan di masa depan.

Identifikasi kebutuhan perusahaan akan perubahan, persiapkan diri untuk perubahan. Perusahaan harus dirancang sedemikian rupa untuk mengakomodasi kebutuhan sosial digital pelanggan.

Kehadiran pasar *online* era digital tidak hanya membawa dampak buruk tetapi juga banyak sisi positif lainnya yang lebih dekat dengan konsumen / pelanggan, dengan cepat mempromosikan dan memperkenalkan produk kepada publik, tidak adanya batasan pasar tetapi juga menjangkau seluruh pelosok dunia yang terhubung dengan internet, kecepatan dan tepat layanan menjadi kebutuhan utama konsumen di era globalisasi. Di era digital, pebisnis harus memiliki kemitraan dengan era digital sebagai reformasi bisnis. Perkembangan komunikasi digital, masyarakat modern baik perkotaan maupun pedesaan memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kegiatan belanja. Di era digital, orang cenderung menghabiskan aktivitas belanja online dari kegiatan belanja konvensional. Dampaknya adalah jatuhnya pasar pasar konvensional, kejayaan pasar konvensional secara bertahap mulai

tergerus dan diprediksi akan mengalami penutupan secara masif di masa depan. Maka beberapa hal yang dapat dijadikan alternatif untuk dapat melakukan bisnis di pasar ritel modern dalam gelombang perkembangan komunikasi digital.

PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pandemi corona (covid-19) telah membuat banyak sektor terpuruk, termasuk sektor UMKM. Dampak covid-19 telah merusak rantai pasokan, penurunan kapasitas produksi, penutupan pabrik, hingga larangan bepergian.
2. Industri yang terdampak di era pandemi 19 meliputi sektor manufaktur, transportasi, pariwisata,
3. Industri yang mampu bertahan ditengah pandemic covid-19 adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar meliputi Listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Demikian halnya dengan industri ritel yang mampu bertahan , hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital
4. Perlu strategi berbagai pihak untuk membangkitkan UMKM agar bisa *survive* ditengah pandemi covid-19 ini dan berusaha kembali stabil.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, Panji, 2010, Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro, Dwi Chandra Wacana, Yogyakarta

Baldwin, R., Tomiura, E, 2020, Thinking ahead about the trade impact of COVID-19, CEPR Press VoxEU. Org

Bhargavaa, A., Dean T. Jamisonb, Lawrence J. Lauc, Christopher J.L. Murray, 2020, “Modeling the effects of health on economic growth”, Journal of Health Economics. 20, 423–440

Casalino, N and Żuchowski, I and Labrinos, N and Munoz N, Ángel L and Martín-J, José A. (2020). Digital Strategies and Organizational Performances of SMEs in the Age of Coronavirus: Balancing Digital Transformation with An Effective Business Resilience. Law and Economics Yearly Review Journal – LEYR

Elisa M. Maffioli, 2020, How is the World Responding to the 2019 Coronavirus Disease Compared with the 2014 West African Ebola Epidemic? The

Fahmi Ahmad Burhan, 2020, Beda Cara Gojek dan Grab Tekan Dampak Pandemi Corona terhadap Mitra, <https://katadata.co.id/berita/2020/04/01/beda-caragojek-dan-grab-tekan-dampak-pandemi-corona-terhadap-mitra>, diakses 5 April 2020, pukul 13.10

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3557544>. diakses 25 Maret 2020

<https://ssrn.com/abstract=3548292>, diakses 26 maret 2020

Importance of China as a Player in the Global Economy, Am. J. Trop. Med. Hyg., 00(0), pp. 1–2 doi:10.4269/ajtmh.20-0135

Khan, N., Faisal, S. 2020, Epidemiology of Corona Virus in the World And

Its Effects on The China Economy,
Electronic copy available at:

- Koshle, H., Kaur, R. Basista. R, 2020, Breakdown of Business and Workers in India, Impact of Corona Virus, March 19, available at
- McKibbin , W., Fernando R., 2020, The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios, CAMA Centre for Applied Macroeconomic Analysis , 29 February 2020, P. 1-43, Australian National University, ISSN 2206-0332
- Sandhusen, R. 2008. Marketing. Hauppauge, N.Y: Barron's Educational Series Inc., U.S..
- Sekaran, Uma. 2011. Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis), Salemba Empat, Jakarta
- Suci, Fellyanda. 2020. Cerita Lengkap Asal Mula Munculnya Virus Corona di Wuhan
- Taufik, Prasilowati, S., L., 2019, "Terror Management, Economic Growth and Islamic Perspective toward the World Peace", Proceedings 3rd Indonesia International Defence Science Seminar 2019, Volume 5, Pages 74-82, ISBN 978-602-5808-52-4, Indonesia Defense University.
<http://www.iidss.org/proceeding/>
- Teguh Santoso, Mitigasi Dampak Ekonomi Virus Corona, Diambil dari
<https://news.detik.com/kolom/d-4913486/mitigasi-dampak-ekonomi-viruscorona>, diakses 27 Februari 2020, pukul 09.34
Virus Outbreak Towards Teaching and Learning Activities in Indonesia, Jurnal SALAM. Vol 7, No 3 P-ISSN: 2356-1459 E-ISSN: 2654-9050.
- Ying Liu, Albert A. Gayle, Annelies Wilder-Smith and Joacim Rocklöv, 2020. "The reproductive number of COVID-19 is higher compared to SARS coronavirus". Journal of Travel Medicine, 1-4, doi: 10.1093/jtm/taaa021
- Zaharah Z, Galia Ildusovna Kirilova, Anissa Windarti, 2020. Impact of Corona Zunyou Wu, Jennifer M. McGoogan, 2020, "Characteristics of and Important Lessons From the Coronavirus Disease, 2019 (COVID-19) Outbreak in China", Journal American Medical Association, JAMA, February 24, 1-4

Sumber Lain-lain

<https://travel.kompas.com/read/2020/03/16/210300127/update-daftar-30-tempatwisata-di-jakarta-yang-tutup-untuk-cegah-penyebaran>. Diakses 22 Maret 2020, pukul 10.15.

<https://travel.kompas.com/read/2020/03/16/210300127/update-daftar-30-tempatwisata-di-jakarta-yang-tutup-untuk-cegah-penyebaran>. Diakses 24 Maret 2020.

<https://www.kemendag.go.id/id/newsroom/press-release/dampak-perdaganglobal-melambat-dan-mewabahnya-covid-19-mendag-ajak-kadin-danakademisi-perkuat-ekspor-dan-perdagangan-dalam-negeri-1>, diakses 20 Maret 2020, pukul 13.10.

<https://bixbux.com/6-hal-yang-harus-dilakukan-perusahaan-di-era-digital/By+Wientor+Rah+Mada> - On Dec 31st 2012 - in Marketing

- <https://hbr.org/2020/03/what-coronaviruscould-mean-for-the-globaleconomy>
- <https://www.travelweekly.com/Travel-News/Travel-AgentIssues/OxfordEconomics-predicts-rapid-economic-recover>
- <https://www.pikiranrakyat.com/ekonomi/pr01379615/1785-koperasi-dan163713umkm-terdampak-pandemicovid-19>
- <http://www.pengertianku.net/2015/04/pengertian-pasar-modern-danciricirinya.html>
- <https://percikaniman.id/2020/03/16/socialdistancing-adalah>
- https://www.ubaya.ac.id/2018/content/articles_detail/289/Covid-19-Memuluskan-Era-Revolusi-Industri-4-0.html
- <https://www.google.com/search?q=Transaksi+bisnis+daring+melonjak+selama+pandemi+koran+tempo&oq=Transaksi+bisnis+daring+melonjak+selama+pandemi+koran+tempo&aqs=chrome..69i57.24929j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-52194441>