

**STRATEGI PENINGKATAN KEMAMPUAN MANAJEMEN
UMKM PASCA PANDEMI**

Merissa Fermica Iskandar¹

¹Universitas Tangerang Raya
Email: merissafermica@gmail.com¹

Abstrak – Tujuan dalam penelitian ini yaitu mendeskripsikan mengenai strategi peningkatan kemampuan manajemen UMKM dalam mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan UMKM pasca pandemi *Covid-19*. Maka diperlukan pencapaian strategi yang matang dan memberikan hasil yang baik pada penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Optimisme pelaku usaha untuk bangkit kembali melanjutkan dan meningkatkan usaha mereka dari strategi manajemen bisnis. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kajian pustaka dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan literature dengan cara membaca, mencatat, mengolah, menganalisis dan memparaprase berbagai konsep yang bersumber dari buku, artikel, pemikiran para ahli sebagai dasar penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan ada tiga strategi yang dapat diterapkan yaitu (1) Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), (2) implementasi strategi 5Ps yaitu *position, plan, perspective, project, dan prepare* sebagai upaya untuk mampu menciptakan eksistensi bisnis usaha yang lebih efisien dan efektif. Dan (3) Pemanfaatan Teknologi Informasi & Komunikasi (TIK)

Kata Kunci: Strategi, Covid-19, UMKM

Abstract – The aim of this research is to describe strategies for increasing UMKM management capabilities in realizing and developing UMKM affordability after the Covid-19 pandemic. So it is necessary to have a strategic plan that is mature and provides good results in strengthening business management in the fields of marketing, finance, human resources and operations. Optimism of business actors to get back up and continue and improve their business from a business management strategy. The research methodology used is literature review with a qualitative approach. Literature collection techniques by reading, recording, processing, analyzing and paraphrasing various concepts originating from books, articles, the thoughts of experts as the basis for this research. The results of the study show that there are three strategies that can be implemented, namely (1) Improving the quality of human resources (HR), (2) implementing the 5Ps strategy, namely *position, plan, perspective, project, and preparing* as an effort to be able to create a more effective business existence. and effective. And (3) Utilization of Information & Communication Technology (ICT).

Keywords: Strategy, Covid-19, UMKM.

PENDAHULUAN

Coronavirus disease 2019 (Covid 19) telah membawa banyak perubahan dari berbagai macam aspek. Salah satu yang terdampak adalah dari sisi perekonomian yang secara mendadak mengalami perubahan dramatis ketidakstabilan. Tak hanya itu, krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap keberlangsungan usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM). Dampak dari sulitnya berusaha mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang terpaksa di rumahkan. Saat masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline ke online. Sehingga pelaku UMKM kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, diikuti pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat bertahan untuk berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan urat nadi dari perekonomian daerah dan nasional.

Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap neraca pembayaran. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting khususnya dalam perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan.

UMKM atau kepanjangan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini memiliki definisi yang telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Adapun definisinya terbagi atas tiga hal yang pertama yaitu definisi mengenal usaha mikro. Usaha Mikro merupakan suatu usaha yang produktif yang dimiliki oleh seseorang atau suatu badan usaha yang telah sesuai dengan kriteria yang telah diatur Undang Undang ini. Kedua, definisi mengenal usaha kecil. Usaha Kecil adalah usaha yang bergerak dalam bidang ekonomi yang produktif merupakan suatu usaha dalam bidang ekonomi yang produktif yang didirikan sendiri oleh seseorang atau suatu badan usaha yang bukan sebagai cabang atau anak perusahaan. Ketiga definisi tersebut UMKM adalah sebuah badan usaha dalam bidang ekonomi yang produktif dengan pendapatan bersih sesuai dengan kriteria yang dibahas dalam peraturan ini. Pada Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 ini juga telah diatur mengenai tujuan UMKM. UMKM ini memiliki tujuan agar setiap usaha yang ada dapat tumbuh dan berkembang usahanya untuk mendukung perekonomian negara.

Adanya Pandemi Covid 19 di akhir tahun 2019 menjadi masalah dunia internasional termasuk di Indonesia. Pandemi Covid 19 memberikan implikasi ekonomi, sosial, dan politik hampir di seluruh negara, termasuk di Indonesia. Hampir semua pelaku UMKM mengalami kendala dalam melaksanakan kewajibannya terhadap perbankan. Kemampuan bertahan UMKM yang melakukan penjualan online lebih kuat dibandingkan UMKM yang hanya melakukan penjualan offline.

Pada tahun 2020 pemerintah mengeluarkan kebijakan ekonomi pasca pandemic covid-19 yaitu program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) adalah inisiatif yang diterapkan oleh Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2020. Program ini bertujuan untuk memulihkan perekonomian nasional dan mengatasi yang membahayakan stabilitas sistem keuangan melalui serangkaian tindakan dan kebijakan yang diterapkan untuk mempercepat penanganan pandemi COVID-19 dan menyelamatkan ekonomi.

Pandemi COVID-19 memiliki dampak yang signifikan, tidak hanya pada kesehatan manusia,

tetapi juga pada sistem keuangan. Hal dapat dilihat dari penurunan berbagai aktivitas ekonomi domestik. Oleh karena itu, Pemerintah memiliki strategi dan langkah-langkah luar biasa untuk mengatasi permasalahan dengan melalui relaksasi kebijakan dan peningkatan belanja untuk kesehatan dan pemulihan perekonomian. Meskipun pertumbuhan ekonomi nasional melambat, penerimaan negara menurun, dan belanja negara dan pembiayaan meningkat. Pemerintah tetap berusaha untuk menyelamatkan kesehatan dan perekonomian nasional. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah ini, Pemerintah memiliki strategi kebijakan Ekonomi Nasional (PEN).

Pasca Pandemi Coronavirus disease 2019 (Pandemi Covid 19) UMKM mulai bangkit perlahan. Para pelaku UMKM mulai beradaptasi dengan perkembangan pasar. Para Pelaku UMKM mulai fokus pada tata Kelola dan tata cara penggunaan media sosial, seperti facebook, Instagram, marketplace, dan sejenisnya. Para pelaku UMKM mulai pada tata Kelola dan tata cara penggunaan media sosial, seperti facebook, Instagram, marketplace, dan sejenisnya. Para pelaku UMKM saat ini sudah beradaptasi dengan ekosistem digital, yang membawa pengaruh signifikan dalam pemasukan mereka. Sektor perekonomian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat mengalami dampaknya akibat Pandemi Covid-19. Di Indonesia, UMKM dianggap sebagai pemegang peranan penting dalam membangun perekonomian Negara.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan perekonomian negara (Bank Indonesia, 2014). UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Manajemen bisnis yang efektif untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Setiap pengusaha harus memiliki keterampilan manajemen yang baik. Menurut Ghazzani (2011), tujuannya adalah agar pengusaha memiliki pola pikir manajerial dan keterampilan teknis yang diperlukan untuk menjalankan usaha kecil. Salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi pelaku UMKM adalah penurunan penjualan yang membuat kondisi keuangan UMKM menjadi situasi krisis.

Menurunnya produktivitas UMKM tentunya menjadi persoalan yang sangat penting dari segi kelangsungan perekonomian masyarakat. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. Secara umum UMKM memiliki peran tersendiri dalam perekonomian nasional: (1) sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi, (2) sebagai pemberi kerja terbesar, (3) sebagai pelaku penting dalam pembangunan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) sebagai pencipta kegiatan ekonomi, pengembangan pasar baru & sumber inovasi dan (5) kontribusinya dalam neraca pembayaran. Selain itu, UMKM berperan penting terutama dalam kaitannya dengan kesempatan kerja dan sumber pendapatan masyarakat miskin, pemerataan pendapatan dan penanggulangan kemiskinan, serta UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan. Oleh karena itu, manajemen usaha menjadi penting bagi para pengusaha di sektor UMKM.

Oleh karena itu dalam karya tulis ini akan dipaparkan lebih jelas mengenai strategi-strategi dalam peningkatan usaha bisnis UMKM pasca pandemi.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai strategi peningkatan kemampuan manajemen UMKM pasca pandemi ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Penelitian ini berusaha untuk memberikan deskripsi dan ekplanasi terhadap strategi peningkatan kemampuan manajemen UMKM pada saat ini. Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu menggunakan teknik kepustakaan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan, lalu disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis.

Pendekatan studi kepustakaan dilakukan dengan mengamati dan menganalisis semua informasi mengenai topik penelitian. Jenis penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini topik utama yang akan dielaborasi adalah strategi peningkatan kemampuan manajemen UMKM pasca pandemi. Dengan begitu, akan diketahui bahwa ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan usaha bisnis UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM berperan sebagai sumber pendapatan masyarakat, barang dan jasa yang mampu menciptakan lapangan kerja dan nilai tambah bagi pengentasan kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi. Wahyuni, Endang dan Wibawani (2020:16) berpendapat bahwa pentingnya manajemen usaha bagi pengusaha di sektor UMKM dapat dilihat pada beberapa bidang keahlian manajemen antara lain pemasaran, sumber daya manusia, keuangan dan operasional. Di bidang pemasaran, perlu dikembangkan sistem pemasaran digital yang menjangkau basis konsumen yang sangat luas, dan di bidang personalia, untuk memperkuat pengetahuan dan keterampilan sehingga mereka dapat merencanakan dan melaksanakan bisnis secara terorganisir. Memperkuat sektor keuangan agar efisien dan efektif dalam hal akses permodalan. Manajemen operasional seperti kualitas produk, target distribusi dan efisiensi produksi akan diperkuat. UMKM juga memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi. Hadirnya UMKM ini memiliki beberapa peran terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia antara lain yaitu: (Sofyan: 2017)

1) Pembuka lapangan kerja masyarakat Indonesia

Adanya UMKM Ini memiliki kontribusi terhadap serapan tenaga kerja yang cukup besar. Berdasarkan data BI yang bekerjasama dengan LPPI, tahun 2014 UMKM mampu menyerap tenaga kerja hingga 114.14 juta orang.

2) Penciptaan market baru

UMKM sebagai dasar nyata dalam pasar yang berpotensi pada beberapa bidang yaitu keuangan, industri, dan beberapa hal lainnya. Melihat contoh setelah krisis pada tahun 1998 UMKM yang ada jumlahnya tidak berkurang, tetapi terus bertambah. Dengan pernyataan tersebut timbul kesadaran beberapa pihak yang ada untuk memberikan jatah yang besar dalam penyaluran kredit terhadap UMKM.

3) Kontribusi Terhadap PDB dan Neraca Pembayaran.

Peran UMKM juga dapat dilihat melalui PDB atau (Produk Domestik Bruto). PDB adalah nilai dari barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara dengan kurun waktu biasa satu tahun. PDB ini memiliki tujuan untuk memperringkas aktivitas ekonomi dalam suatu nilai uang tertentu. UMKM berkontribusi terhadap PDB dengan jumlah yang tidak sedikit.

Dalam hal ini ada tiga strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kemampuan usaha UMKM pasca pandemi diantaranya (1) Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), (2) implementasi strategi 5Ps yaitu position, plan, perspective, project, dan prepare sebagai upaya untuk mampu menciptakan eksistensi bisnis usaha yang lebih efisien dan efektif. (3) Pemanfaatan Teknologi Informasi & Komunikasi (TIK).

PEMBAHASAN

1. Peningkatan kualitas SDM

SDM adalah segala potensi yang dimiliki manusia berupa pikiran, tenaga, keterampilan, emosi dan lainnya yang dapat digunakan untuk dirinya sendiri maupun untuk organisasi atau perusahaan. Seperti yang kita ketahui bersama, peningkatan sumber daya manusia adalah strategi yang bisa kita gunakan karena kita sudah tahu itu sangat penting. Kualitas sumber daya manusia

(SDM) merupakan prasyarat mutlak bagi pembangunan. Setiap sumber daya manusia harus memiliki kualitas dalam dirinya untuk meningkatkan pembangunan ekonomi di semua sektor. Beberapa pelatihan yang dapat diberikan kepada para pelaku UMKM antara lain pendidikan kewirausahaan, strategi pemasaran yang efektif dan manajemen keuangan yang sederhana, serta mengidentifikasi berbagai sistem keuangan yang dapat mereka gunakan. Pelatihan ini memberikan UMKM pemahaman dan peningkatan dalam manajemen bisnis, karakter dalam mengelola perusahaan mereka, karena UMKM terus menghadapi berbagai tantangan baru, seperti perkembangan teknologi atau munculnya perusahaan baru, yang secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi operasi perusahaan. , merencanakan dan menyelenggarakan pembiayaan usaha yang tepat serta pemasaran dan informasi yang lebih efektif tentang akses permodalan bagi UMKM melalui lembaga yang ditunjuk sambil mengalokasikan dana kepada pelaku UMKM.

Seperti yang sudah kita semua ketahui, bahwa meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) harus menjadi salah satu poin penting Ketika kita membicarakan upaya peningkatan perekonomian suatu bangsa. Kualitas SDM itu merupakan investasi jangka Panjang bagi suatu negara. Jalur Pendidikan bukanlah jalur utama untuk mendapatkan kualitas SDM yang mumpuni dan berkualitas. Namun banyak aspek yang harus ditingkatkan, yaitu skill. Kurangnya pelatihan, kesejahteraan sosial juga menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan jika kita mau kualitas SDM ditingkatkan.

Kualitas SDM memiliki dua aspek di dalamnya yaitu aspek fisik dan aspek non fisik yang menyangkut kemampuan bekerja, berpikir dan keterampilan. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kualitas fisik dapat diupayakan melalui program-program peningkatan SDM itu sendiri. Sedangkan untuk meningkatkan kualitas atau kemampuan-kemampuan non fisik peningkatan pendidikan dan pelatihan. Upaya inilah yang dimaksudkan dengan pengembangan sumber daya manusia. Pengembangan SDM merupakan upaya pengembangan manusia yang menyangkut pengembangan aktifitas dalam bidang pendidikan dan pelatihan.

1) Pendidikan

Pendidikan merupakan sebuah proses untuk meningkatkan dan bisa juga untuk memperbaiki keahlian SDM secara keseluruhan. Kita harus bisa melihat bahwa Pendidikan merupakan faktor penting dan mempunyai banyak manfaat bukan karena tuntutan tetapi karena kita semua harus beradaptasi terhadap perubahan situasi.

2) Pelatihan

Ketika kita membicarakan peningkatan kualitas SDM, maka selain Pendidikan ada hal lain yang dianggap mampu untuk meningkatkan kualitas SDM, yaitu pelatihan. Pelatihan memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas SDM. Pelatihan itu sendiri merupakan kebutuhan dalam peningkatan kualitas SDM dan pelatihan di rancang sesuai dengan kebutuhan yang ingin kita capai. Pelatihan merupakan sesuatu rangkaian kegiatan yang disusun untuk meningkatkan keterampilan, pengalaman, keahlian, penambah pengetahuan dan perubahan sikap seorang individu.

Saat ini pelatihan dapat membantu dalam meningkatkan daya saing baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Pelatihan juga harus dianggap sebagai sesuatu yang menyenangkan bagi setiap Individu, tetapi banyak individu yang menganggap dengan kata: 'pelatihan merupakan sesuatu yang serius dan juga sesuatu yang membebankan individu. Tetapi sekarang sudah banyak konsep- konsep pelatihan yang dilakukan dengan sangat menyenangkan, sehingga individu yang mengikuti pelatihan tidak sadar bahwa mereka sedang dalam suatu pelatihan.

Begitu juga Ketika kita membicarakan peningkata kualitas SDM dalam segi hal pelatihan bagi sebuah strategi pemulihan ekonomi bagi para pelaku UMKM, maka pelatihan yang akan kita berikan pastinya tidak melulu sesuatu hal yang berifat serius, namun diupayakan harus diberikan dengan konsep yang menyenangkan.

Pada dasarnya pelatihan adalah sebuah atau serangkaian aktivitas bagi individu untuk meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis dimana hasil akhirnya bertujuan untuk memiliki kemampuan kinerja dan bersikap professional ketika terjun dilapangan. Pelatihan juga memiliki arti sebagai sebuah perubahan yang sistematis dari *Knowledge, Skill, Attitude*, dan juga

Behaviour. Dari kesemua poin tersebut diatas dapat kita coba simpulkan bahwa dengan mengadakan pelatihan berarti juga akan menambahkan pengetahuan, dan itu harus dilakuka secara terus menerus dan bertahap hingga terlihat adanya perubahan sikap yang merupakan efek dari pelatihan.

Peningkatan SDM adalah strategi yang bisa kita gunakan karena kita sudah tahu itu sangat penting. Kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan prasyarat mutlak bagi pembangunan. Setiap sumber daya manusia harus memiliki kualitas dalam dirinya untuk meningkatkan pembangunan ekonomi di semua sektor. Berbagai jenis pelatihan yang kami berikan kepada pelaku UMKM meliputi pelatihan kewirausahaan, pelatihan strategi pemasaran, pelatihan promosi penjualan yang efektif, pelatihan pengelolaan keuangan sederhana dan penerapan sistem keuangan bagi pelaku UMKM.

Mengapa hal di atas perlu diberikan karena pelaku UMKM selalu menghadapi tantangan baru, pesaing baru, jenis usaha baru yang secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi operasi perusahaan, perencanaan dan pengelolaan usaha yang tepat, serta pemasaran yang lebih efektif dan informasi ketersediaan modal bagi UKM melalui badan pengatur. Alokasi dana untuk UKM. Peningkatan kualitas SDM juga meningkatkan kemampuan untuk membuat produk yang lebih unik dan istimewa, sehingga mampu bersaing dengan produksi perusahaan besar. Selain itu, menambah pengetahuan dan pemahaman tentang teknik produksi usaha, meningkatkan keterampilan manajemen: dalam bisnis, menambah pengetahuan tentang persiapan keuangan usaha dan pengetahuan tentang pemasaran juga promosi penjualan, yang digunakan untuk memperluas jaringan pemasaran.

Sementara itu, keterampilan para pelaku UMKM sendiri di bidang pengelolaan SDM juga harus diberikan perhatian yang tinggi, agar dapat tumbuh dan berkembang dalam mengelola faktor internal) maupun eksternal di lingkungan usahanya. Pengelola SDM bagi UMKM merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki oleh para pelaku usaha. Pelatihan dan pengembangan SDM tidak terbatas pada pemilik bisnis saja, tetapi untuk semua pekerja, untuk semua aspek bisnis termasuk pengetahuan tentang tata kelola SDM di UMKM.

2. Strategi 5P oleh Henry Mintzberg

Salah satu strateginya adalah dengan menggunakan konsep strategi yang dikemukakan oleh Henry Mintzberg dalam Pedersen dan Ritter (2020) mendefinisikan strategi sebagai 5P yaitu (Plan, Ploy, Pattern, Position and Perspective). Pedersen dan Ritter (2020) menjelaskan bahwa definisi Strategi sebagai plan adalah strategi rencana sebelum diimplementasikan dan ditindaklanjuti melalui implementasi. Strategi sebagai ploy adalah aktivitas khusus yang membedakan strategi bisnis pelaku usaha dengan pesaing yang tujuan untuk mengungguli para pesaing. Strategi sebagai pattern menunjukkan aktivitas perusahaan yang dapat dijelaskan melalui pola-pola yang muncul dari aktivitas yang telah direncanakan dan dilaksanakan sebelumnya. Strategi sebagai position, yaitu pelaku usaha dapat menggunakan sumber daya yang ada, baik fisik maupun pengetahuan untuk menyediakan produk yang khas menemukan ceruk pasar yang bertujuan menghalangi dan mengungguli pesaing. Terakhir, strategi sebagai perspective mengacu kepada budaya organisasi pada pelaku bisnis untuk memandang dirinya sendiri dan lingkungannya sebagai sebuah strategi.

Pentingnya manajemen bisnis bagi pelaku bisnis di sektor UMKM dapat dilihat dalam beberapa bidang penguatan manajemen yaitu pemasaran, SDM, keuangan dan operasional (Wahyuni, Endang, dan Wibawani, 2020). Di bidang pemasaran, perlu dikembangkan sistem pemasaran digital yang tepat sasaran dan dapat menjangkau masyarakat luas (Rangkuti, 2013; Tasruddin, 2015). Misalnya dengan menyebar brosur pada lokasi strategis, melakukan promosi melalui radio, Koran, media social seperti Facebook, Instagram, Whatsapp atau jejaring sosial yang lain. Pada bidang penguatan manajemen sumber daya manusia, peningkatan pengetahuan, wawasan dan keterampilan sehingga mampu mengelola usahanya dengan lebih terencana dan terorganisir dengan baik (Sandiasa dan Widnyani, 2017). Penguatan di bidang manajemen keuangan meliputi pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien berkaitan dengan akses modal dan administrasi pembukuan/keuangan (Putri, 2018; Setyawardani et al, 2019). Terakhir,

penguatan di bidang manajemen operasional yang mencakup peningkatan kualitas, efisiensi biaya dan sasaran distribusi yang tepat.

Strategi 5P tersebut dapat dibuat konsep pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Posisi apa yang ingin diraih oleh pelaku usaha selama dan setelah pandemi?
- 2) Apa rencana anda sebagai pelaku usaha untuk bangkit kembali?
- 3) Apakah budaya dan identitas usaha anda akan Berubah?
- 4) Apa proyek baru yang akan anda luncurkan?
- 5) Seberapa siap anda menjalankan rencana dan proyek tersebut?

Strategi sebagai *plan*, rencana strategis keberlanjutan usaha bisnis UMKM untuk bangkit dari pandemic Covid-19 adalah memfokuskan pada sumber daya yang selalu tersedia dengan cepat dan tepat, sistem informasi dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, fasilitas yang tersedia dalam memanfaatkan teknologi, dan akses serta layanan terhadap pelanggan atau konsumen menjadi fokus utama dalam perencanaan atau perancangan bisnis UMKM ke depan.

Strategi sebagai perspektif, pandangan UMKM dari segi identitas dan budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja usaha. Upaya identitas yang tinggi dari pelaku bisnis maupun konsumen akan meningkatkan kinerja usaha dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan maju mundurnya usaha yang dijalankan. Upaya untuk budaya organisasi bisnis harus memiliki misi, keterlibatan dan konsistensi dalam menjalankan usahanya. Sejalan dengan penelitian oleh Sternad, Krenn, dan Schmid (2017) yang menjelaskan bahwa pelaku UMKM harus menanggapi keluhan dan kebutuhan pelanggan dan pasar untuk mencapai keunggulan bisnis. Kendala yang dihadapi oleh UMKM untuk mencapai keunggulan bisnis salah satunya adalah masalah konseptual yang dimiliki oleh UMKM untuk mencapai keunggulan bisnisnya.

Strategi sebagai *project*, pelaku UMKM memulai aktifitas bisnis baru sebagai strategi untuk merespon pandemic Covid-19 dengan berbagai cara. Misalnya, strategi penjualan antar sampai alamat tujuan konsumen, melakukan diversifikasi produk untuk mempertahankan bisnisnya, kemudian pelaku UMKM juga melakukan inovasi pada kemasan produk untuk membuat produk lebih tahan lama serta melakukan inovasi proses untuk membngutakan support system sebagai upaya untuk mencapai keunggulan bisnis. Sejalan dengan penelitian oleh Sternad, Krenn, dan Schmid (2017) yang menjelaskan bahwa pelaku UMKM menghadapi beberapa kendala salah satunya kendala sumber daya untuk memulai beberapa proyek atau aktifitas bisnis baru untuk mencapai keunggulan bisnis yang dihadapi oleh UMKM yang salah satunya adalah masalah konseptual yang dimiliki oleh UMKM untuk mencapai keunggulan bisnisnya.

Strategi sebagai *prepare*, pada dasarnya pelaku UMKM belum memiliki kesiapan menghadapi pandemic Covid-19. Pelaku UMKM dituntut untuk memiliki absorptive capacity untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyak tentang pandemic Covid-19 baik tentang perilaku konsumen, perilaku usaha maupun kebijakan pemerintah sehingga mereka bisa mempersiapkan dirinya untuk melanjutkan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Haa, Lob, dan Wang (2016) yang menjelaskan bahwa proses manajemen pengetahuan dapat memberikan wawasan kepada pengusaha untuk membantu mereka mengidentifikasi dan mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan.

3. Pemanfaatan Teknologi Informasi & Komunikasi (TIK)

Para pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjalankan dan mendukung usahanya. Selain itu, digitalisasi menjadi cara untuk meningkatkan omset di masa pandemi pasca Covid-19, agar perusahaan yang sudah dibangun dapat terus bertahan dan berkembang. Gerakan percepatan menuju digitalisasi dan perubahan metode bisnis memaksa pemasar untuk beradaptasi dengan perubahan ini. Bagi perusahaan besar, perubahan model bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi tidak terlalu banyak menimbulkan masalah karena karakteristik perusahaan besar dengan sumber daya yang memadai. Namun, proses digitalisasi ini membutuhkan banyak persiapan dari para pelaku UMKM. Kemampuan mengelola perangkat digital dan internet merupakan keharusan yang harus dikuasai UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017).

Menurut Zainal Arifin (2023: 13) UMKM dengan berbasis digitalisasi ini sangat penting, hal yang menjadi penting antara lain:

1) Jangkauan yang diperluas

Adanya digitalisasi UMKM ini mempermudah para pelaku usaha untuk memperluas pasar yang dapat di target bisa sampai hingga ke beberapa pelosok negeri. UMKM juga dapat menjangkau pengguna seluruh masyarakat hanya melalui smartphone. Perubahan gaya hidup yang terjadi pada masyarakat Indonesia saat ini juga membuat masyarakat lebih menyukai melakukan pembelian melalui online dan hal tersebut memberi keuntungan dan kemudahan bagi para pelaku UMKM. UMKM dapat melakukan pemasaran melalui beberapa platform e-commerce, website, dan media sosial.

2) Pendapatan yang Meningkatkan

Dengan luasnya jangkauan pasar maka pendapatan yang didapat oleh para pelaku usaha pastinya akan meningkat. Dengan itu adanya pemasaran yang semakin luas maka pendapatan yang meningkat. Pelaku UMKM juga dapat menggunakan beberapa media sosialnya untuk membantu memperluas usaha yang dimilikinya.

3) Mempermudah Transaksi

Dengan adanya jangkauan pasar yang semakin luas ini memudahkan pembayaran melalui digital melalui beberapa transaksi perbankan, shopepay, dana, dan lain lain.

4) Mengikuti Trend

Adanya tren digitalisasi yang terus berkembang ini membuat kebiasaan masyarakat semakin berkembang dan lebih kekinian untuk mengikuti perkembangan zaman.

Pola hidup masyarakat yang tadinya konsumsi melalui offline kemudian berubah menjadi online. Dengan berubahnya pola masyarakat ini juga menandakan bahwa diperlukan perubahan gaya penjualan yang seharusnya yaitu dengan menggunakan digitalisasi untuk mendukung perubahan tersebut. Sebagai bentuk dukungan dari digitalisasi UMKM ini maka diperlukan sumber daya yang sesuai dan paham betul mengenai digital. (Pinem 2021).

Adanya fintech dalam perkembangan dunia perekonomian ini memiliki dampak positif bagi Indonesia, karena dengan sistem fintech ini masyarakat dapat dengan mudah bertransaksi dengan menggunakan apapun dan dimanapun. Hanya dengan menggunakan smartphone saja seseorang mampu melakukan aktivitas investasi atau perdagangan dengan satu klik. Dalam era digital saat ini fintech dengan mudah dapat membuat transformasi informasi dalam keuangan sebagai informasi yang mudah di akses (Pinem 2021). Di berbagai daerah yang ada di Indonesia saat ini sudah menjadi rahasia bersama bahwa sebagian pelaku UMKM yang ada belum memahami betul mengenai digitalisasi bahkan ada beberapa diantara para pelaku UMKM yang tidak memiliki smartphone yang layak.

Dengan itu maka perlu diberikan pelatihan untuk pola pemasarannya apalagi di saat pandemic COVID-19 dengan gaya hidup masyarakat yang berubah. UMKM diharapkan mampu untuk survive untuk menghadapi pasca pandemi COVID-19. Digitalisasi ini juga bisa dilakukan dengan bekerja sama dengan beberapa platform dagang elektronik. Pemerintah juga diharapkan mampu dapat memberikan beberapa pelatihan terhadap UMKM lokal agar digitalisasi dapat dilakukan dan diberlakukan kepada seluruh pelaku UMKM.

Dapat diakui bahwa adanya pelaku usaha UMKM yang berbasis digital ini ada keuntungan yang bisa didapat dengan berimbas kepada perekonomian nasional. Selain keuntungan yang didapat, penjualan secara online memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha juga dapat menggunakan biaya yang hemat. UMKM dalam digitalisasi juga sebagai jawaban dari solusi yang ada dari permasalahan yang terjadi. Namun yang menjadi tantangan baru yakni sumber daya yang harus siap dan paham akan digitalisasi (Pinem 2021).

UMKM berperan sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat, pemenuhan barang dan juga jasa, mampu menciptakan lapangan pekerjaan, serta peningkatan nilai tambah sehingga menurunkan angka kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi.

Dari pembahasan kita sebelumnya, sampailah kita pada kesimpulan bahwa dampak pandemi COVID-19 pada UMKM sangat besar sehingga membutuhkan suatu strategi untuk pemulihan ekonomi bagi para pelaku usaha.

Untuk membangkitkan UMKM pasca Covid-19 masih memerlukan strategi agar UMKM dapat tetap hidup. Strategi yang dapat kita terapkan dalam pemulihan perekonomian UMKM ini adalah melalui peningkatan kualitas SDM para pelaku UMKM. Tahapan penerapan Strategi Meningkatkan UMKM Pasca Pandemi Covid-19, antara lain:

Pertama, inovasi produk sebagai upaya yang perlu dilakukan oleh UMKM mulai dari memperbaiki, meningkatkan, hingga mengembangkan produk yang diproduksi selama ini.

Kedua, pemasaran digital yang perlu dikembangkan oleh UMKM melalui platform online seiring perubahan perilaku masyarakat. Digitalisasi akan memudahkan pelaku usaha dalam memberikan Informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan penjualan.

Ketiga, berkolaborasi dengan sesama pelaku usaha, meminimalisir budgeting, menjaga cita rasa produk serta hubungan dengan pelanggan, dan juga bergabung dalam komunitas pelaku usaha UMKM lainnya.

Keempat. Dukungan serta strategi bagi UMKM untuk bergerak meningkatkan penjualan, tentu perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak. Salah satunya adalah kerja sama antara pemerintah dan pihak swasta dalam membantu para pelaku UMKM untuk tetap bangkit di tengah masa pandemi.

KESIMPULAN

Dalam mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan UMKM pasca pandemi Covid-19 diperlukan pencapaian strategi yang matang dan memberikan hasil yang baik pada penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Optimisme pelaku usaha untuk bangkit kembali melanjutkan dan meningkatkan usaha mereka dari strategi manajemen bisnis.

Strategi yang diterapkan yaitu (1) Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), (2) implementasi strategi 5Ps yaitu position, plan, perspective, project, dan prepare sebagai upaya untuk mampu menciptakan eksistensi bisnis usaha yang lebih efisien dan efektif. (3) Pemanfaatan Teknologi Informasi & Komunikasi (TIK). Maka dalam hal ini masyarakat atau pelaku UMKM dapat menerapkan strategi yang cocok membangun bisnis UMKM menjadi berkembang lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad Haidar. 2020. Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM. Universitas Trunojoyo Madura. Eco-Entrepreneurship, Vol 6 No 1 Juni 2020
- Arifin, Zainal. 2023. Kebangkitan Bisnis UMKM Pasca Covid 19. Jambi : PT.Sonpedia Publishing Indonesia
- Dellaneira, Kania. 2022. Peningkatan Kemampuan UMKM Goolagaram Kabupaten Sidoarjo di Tengah Pandemi COVID-19 melalui Strategi Pemasaran. Vol 2 No 3 (2022): El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat
- Fitriyani, Ika,dkk. 2020. Strategi Manajemen BisnisPasca Pandemi Covid-19. ndonesian Journal of Social Sciences andHumanities, Vol. 1 No. 2, 2020: 87-95. (Online)
- Fiona, F., & Rahmayanti, D. (2022). ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 BAGI UMKM DAN IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UMKM INDONESIA. Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen, 17(2), 298–322. Retrieved from <https://ejournal.unib.ac.id/Insight/article/view/23257>
- Ichsan, Reza Nurul 1 , Yusuf, Mohammad. Strategi Bisnis UMKM Selama Pandemi Covid-19. Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 6 (2), Juli 2021 Dikirim: 9 Juni 2021;

Diterima: 15 Juni 2021 ISSN: 2527-2772.

- Mangku, Dewa Gede Sudika, Ni Putu Rai Yuliantini, Hartana. 2020. Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* Vol. 10 No. 3 (September, 2022)
- Marpaung, Arif Pratama, dkk. 2021. Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*
- Nalini, S. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662-669. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Novitasari, Anindita Trinura. 2022. Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Rahadi, Dedi Rianto, Wardiman, Cucu. 2022. Strategi Pemasaran Umkm di Masa Pandemi Covid-19. *EKLETIK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* Vol 5, No 1 (2022)
- Raharja, Sam'un Jaja, Natari, Sari Usih. 2021. PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL. *Kumawula*, Vol. 4, No.1, April 2021, Hal 108 – 123 DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361> ISSN 2620-844X (online)
- Sukardi. 2023. Implementasi Merdeka Belajar Melalui Praktik Kewirausahaan Berbasis Digital Masa Pandemi Covid 19. *Manazhim. Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan*. Universitas Mataram
- Vikaliana, R. ., Mariam, S. ., Hidayat, Y. R., & Aryani, F. . (2021). Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pendampingan Manajemen Persediaan dan Akuntansi Sederhana. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(3), 423-430. <https://doi.org/10.22437/jkam.v5i3.16275>
- Zuhri, Saifuddin. 2020. Digitalisasi Umkm Pasca Pandemi Covid-19 Di Riau. *PROSIDING SINAGARA: INOVASI DALAM MEWUJUDKAN SDG'S PADA ERA POST PANDEMIK*