

PENDAHULUAN

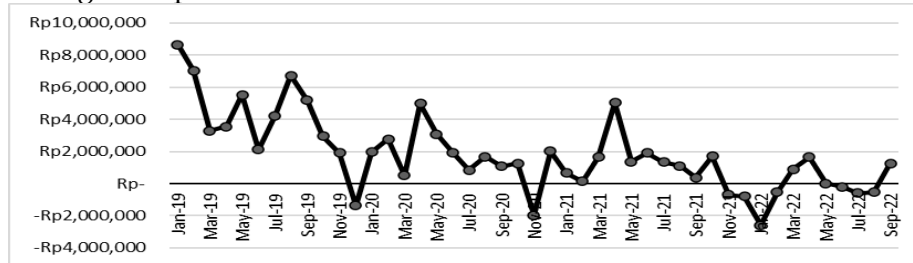
UMKM merupakan wujud kreatifitas masyarakat yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan stabilitas negara, terutama untuk negara berkembang. Adanya UMKM dapat mengentaskan kemiskinan, meningkatkan distribusi pendapatan negara, memenuhi kebutuhan dasar negara serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan (Matthew et al., 2020; Praveena & Mathivathana, 2020). Bahkan, UMKM juga sering dianggap sebagai benteng inovasi yang juga memiliki peran utama dalam memperluas dan mendiversifikasi produk industri (Matthew et al., 2020). Dengan adanya inovasi ini akan sangat mendukung dalam memainkan perannya pada persaingan global, produktivitas, produksi dan kinerja tenaga kerja di berbagai negara (Chege & Wang, 2019).

Pandemi covid 19 telah membuat terjadinya kemunduran yang signifikan pada UMKM. Sebesar 88% usaha mikro telah mengalami penurunan jumlah kas dan sebanyak 60% usaha mikro kecil telah mengurangi tenaga kerjanya agar dapat bertahan di masa pandemi (Arianto, 2020). Hal tersebut karena terjadi penurunan permintaan masyarakat yang signifikan karena adanya penurunan pendapatan rumah tangga. Selain itu, promosi dan distribusi produk terhambat dengan adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang merupakan bentuk pengendalian pandemi covid 19 (Anggraeni et al., 2021; Girsang et al., 2023).

Menurut data BPS, pada triwulan kedua 2022 perekonomian Indonesia telah mengalami pertumbuhan sebesar 3,72% dari triwulan pertama 2022 dan pertumbuhan sebesar 5,44% dari triwulan kedua 2021. Sedangkan jika dilihat spesifik bidang industri pengolahan mengalami pertumbuhan sebesar 0,04% dan memiliki peran yang dominan dalam perekonomian Indonesia yakni sebesar 17,84% (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal ini terjadi karena pada triwulan II 2022 kinerja ekspor membaik dan aturan perjalanan dilonggarkan, sehingga konsumsi masyarakat meningkat terutama pada bulan ramadhan, idul fitri, dan mudik lebaran (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022; Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Hal tersebut sejalan dengan permasalahan yang dialami oleh UMKM Morang Moreng Snack. UMKM Morang Moreng Snack adalah unit usaha yang menawarkan produk keripik pedas kekinian dengan khas rasa pedas manis yang diproduksi menggunakan sistem *semi manufacturing*. Usaha ini masih mengalami dampak pandemi covid 19 dimana mengalami penurunan omzet secara signifikan dari ± 70 juta per bulan turun menjadi ± 50 juta per bulan pada awal pandemi covid 19, kemudian turun kembali hingga mencapai angka ± 20 juta per bulan. Posisi ini membuat UMKM mengalami kerugian terutama pada tahun 2022, yang tercatat sampai September 2022 telah mengalami kerugian selama 5 kali (bulan) seperti yang ditunjukkan pada gambar 1 dan mengalami kesulitan untuk menaikkan omzet. Selain itu, UMKM Morang Moreng Snack juga terpaksa mengurangi tenaga kerja dimana salah satunya adalah bagian *marketing*, sehingga pada saat ini bagian *marketing* hanya ditangani oleh pemilik. Keadaan

ini mengindikasikan bahwa UMKM Morang Moreng Snack belum keluar dari dampak pandemi covid 19 meskipun pada masa ini perekonomian Indonesia mulai mengalami pertumbuhan.



Sumber: Data Primer, 2022

Gambar 1

Profit UMKM Morang Moreng Snack Januari 2019 - September 2022

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui kondisi internal dan eksternal UMKM Morang Moreng Snack, (2) merumuskan strategi alternatif, serta (3) menentukan prioritas strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM Morang Moreng Snack saat ini untuk keluar dari dampak pandemi covid 19 dan menaikkan omzet penjualan per bulan.