

Strategi Pemulihan UMKM Kuliner Pasca Pandemi Covid-19

Salma Putri Mellinia¹⁾, Christina Tri Setyorini²⁾, Laeli Budiarti³⁾

¹⁾Magister Sains Akuntansi, Universitas Jenderal Soedirman

^{2,3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

¹⁾salma.mellinia.28@gmail.com, ²⁾christina.setyorini@unsoed.ac.id, ³⁾laelibudiarti@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the recovery strategy of culinary MSMEs after the Covid-19 pandemic in Purwokerto City. This research is a qualitative research with phenomenological approach. The informants in this study is 6 owners of culinary MSMEs in Purwokerto City using purposive sampling method. Interviews and observations are the types of data collection in this study. The data validity test in this study uses triangulation of theory. Data analysis techniques used by researcher are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study show that all informants have carried out business recovery strategies. The recovery strategies include providing discount promos, using technology-based production tools, conducting online promotions, and keeping business financial records.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemulihan UMKM kuliner pasca pandemi Covid-19 di Kota Purwokerto. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM kuliner yang berada di Kota Purwokerto sebanyak 6 orang dengan metode *purposive sampling*. Wawancara dan observasi merupakan jenis pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teori. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua informan telah melakukan strategi pemulihan usaha. Adapun strategi pemulihan yang dilakukan meliputi memberikan promo diskon, menggunakan alat produksi berbasis teknologi, melakukan promosi secara online, dan melakukan pencatatan keuangan usaha.

Kata kunci: *UMKM kuliner; Pandemi Covid-19; Strategi; Pemulihan Usaha*

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan banyak dampak baik untuk lingkup global maupun lingkup terpendek. Salah satu aspek yang terasa akibat adanya pandemi yaitu penurunan aspek perekonomian. Dampak perekonomian masih dirasakan mayoritas masyarakat global. Khan & Faisal (2020) menyatakan bahwa pandemi Covid-19 memberikan pengaruh yang signifikan. Banyak sektor yang ditutup karena adanya tindakan *lockdown* yang membatasi aktivitas setiap individu, bahkan kegiatan ekspor dan impor yang mulai dikurangi. Hal tersebut mengakibatkan penurunan pertumbuhan ekonomi sebesar 2 persen dari sebelumnya 6 persen yang diperoleh sebelum terjadi pandemi Covid-19.

Pandemi juga memberikan dampak negatif pada sektor bisnis di India. Sektor bisnis tersebut mengalami kerugian sebesar USD 348 juta akibat dari kebijakan negaranya dan perekonomian dunia yang sedang melambat. Pandemi Covid-19 termasuk cepat dalam penyebarannya dibandingkan dengan virus yang pernah terjadi sebelumnya, seperti virus HINI tahun 2009-2010, virus Ebola tahun 2014, dan virus Zika Amerika Latin tahun 2015-2016 (Koshle *et al.*, 2020).

Fenomena pandemi Covid-19 hampir melanda seluruh dunia, khususnya Indonesia. Pandemi Covid-19 memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap perekonomian. Selain itu, terdapat sektor lain yang terkena dampak dari pandemi Covid-19 seperti sektor perdagangan, pariwisata, dan industri UMKM. Dampak yang dirasakan industri UMKM saat ini yaitu banyaknya pemecatan karyawan, penurunan hasil penjualan, kesulitan permodalan, kesulitan memperoleh bahan baku, produksi menurun, dan distribusi terhambat (Arianto, 2020).

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) telah melakukan survei mengenai kinerja UMKM pada masa pandemi Covid-19. Survei tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh pandemi Covid-19 bagi keberlangsungan kegiatan UMKM dan mengidentifikasi strategi yang digunakan untuk pemulihan kinerja UMKM. Data survei menunjukkan bahwa 94 persen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami penurunan penjualan akibat Covid-19. Penurunan terbesar tersebut terjadi karena UMKM yang mengandalkan toko fisik, penjualan langsung dan *reseller* (Antara News, 2020)

Dampak dari pandemi Covid-19, terbitlah beberapa Peraturan Presiden seperti, PP Nomor 21

Tahun 2020 mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar. Peraturan tersebut dikeluarkan dengan tujuan untuk membatasi segala kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat agar penyebaran virus corona dapat dikendalikan. Hal tersebut memberikan dampak buruk pada kegiatan operasional bagi UMKM Kuliner yang mana mengalami penurunan penjualan akibat kurangnya konsumen yang membeli produk mereka dibandingkan dengan hari biasa sebelum adanya pandemi Covid-19.

Katadata *Insight Center* (KIC) telah melakukan survei kepada 206 pelaku UMKM yang berada di Jabodetabek dengan omzet dibawah Rp 300 juta per tahun. Hasil dari survei tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM (82,9 persen) mengalami dampak negatif dari adanya pandemi ini dan hanya 5,9 persen UMKM yang mengalami pertumbuhan. Selain itu, UMKM (63,9 persen) mengalami penurunan pendapatan lebih dari 30 persen dan hanya 3,8 persen UMKM yang pendapatannya meningkat (Setyowati, 2020).

Dampak pandemi Covid-19 juga dirasakan imbasnya oleh daerah-daerah di Indonesia, termasuk Jawa Tengah. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, Emma Rahmawati menyatakan bahwa terdapat sekitar 3.000 Usaha Kecil & Menengah dan 420 koperasi di Jawa Tengah mulai terdampak karena kesulitan ketersediaan bahan baku dan pemasaran. Hal tersebut dapat mengganggu kelancaran proses produksi. UMKM yang terkena dampak tersebut berasal dari bidang makanan dan minuman. Permasalahan lainnya yang dialami yaitu keterjangkauan pasar yang belum menyentuh sektor *online*. Padahal, dengan diterapkan *social distancing* membuat perilaku konsumen beralih pada belanja *online* sehingga produsen harus mampu memfasilitasi perubahan tersebut (jateng.prov.go.id, 2020).

Kadiskop UKM Jateng, Dra Ema Rachmawati, M.Hum menyatakan bahwa hanya 30 persen UMKM yang sudah memanfaatkan teknologi digital pada usahanya. Pada kenyataannya, banyak UMKM yang masih menggunakan cara tradisional dalam pemasarannya. Alasan UMKM masih menggunakan cara tersebut karena belum siap digitalisasi, banyaknya pelaku UMKM yang sudah berumur 40 tahunan, sehingga perlu belajar ekstra untuk proses digitalisasi (jateng.prov.go.id, 2023). Menurut data BPS Jateng tahun 2021, usaha yang telah melakukan kegiatan *e-commerce* baru 30,10 persen dari 4,1 juta UMKM di Jateng. Akses penjualan secara *online* didominasi melalui pesan instan (97,03 persen), media sosial (51,16 persen), *marketplace* (21,18 persen), dan *website* (4,28 persen). Kadiskop UKM Jateng, Dra Ema Rachmawati juga mengatakan bahwa upaya untuk mendorong UMKM melek digital masih

membutuhkan usaha. Salah satu usaha yang sudah dilakukan yaitu dengan melibatkan anak SMK untuk mendampingi UMKM (Puspitoningrum, 2023).

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten yang berada di Jawa Tengah yang mengandalkan UMKM sebagai salah satu penunjang perekonomian. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan data yang di peroleh dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Banyumas, jumlah UMKM di Kabupaten Banyumas tahun 2016-2018 meningkat sebanyak 17.547 unit usaha. Adanya pandemi Covid-19 tentunya mempengaruhi perekonomian di Kabupaten Banyumas, sebanyak 1.222 pekerja dari 54 perusahaan di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah telah dirumahkan. Hal ini terjadi karena dampak dari sektor usaha yang menurun setelah terjadi pandemi Covid-19 (Dewanto, 2020). Selain itu, terdapat 57 perusahaan yang berhenti operasi maupun tutup sementara waktu akibat adanya pandemi Covid-19. Karena esensial peran UMKM untuk mendorong perekonomian di wilayah Kabupaten Banyumas, maka penting untuk mengukur dampak Covid-19 terhadap kegiatan operasi bisnis UMKM di wilayah Kabupaten Banyumas khususnya kota Purwokerto.

Kota Purwokerto termasuk salah satu kota di Kabupaten Banyumas yang terkena dampak pandemi. Dampak yang dirasakan oleh pelaku UMKM diantaranya menurunnya omset penjualan. Penurunan tersebut terjadi karena adanya pembatasan sosial berskala besar, sehingga mengalami sepi pembeli (Susanto, 2022).

Permasalahan klasik yang sering dihadapi oleh UMKM sebelum adanya pandemi yaitu permodalan dan pemasaran. Permasalahan tersebut semakin parah dengan adanya pandemi Covid-19. Pelaku UMKM dengan terpaksa harus mengurangi jumlah produksi akibat permintaan yang menurun (Mansyur *et al.*, 2023). Selain itu, permasalahan pemasaran yang sering terjadi pada UMKM yaitu mengenai kurangnya penerapan sosial media. UMKM Warung Indramayu merupakan salah satu UMKM dalam aktivitas pemasarannya belum memanfaatkan sosial media. UMKM Warung Indramayu hanya menerapkan strategi pemasaran secara tradisional atau dari mulut ke mulut. Sehingga, lingkup pasar konsumennya cenderung tidak luas, sempit, dan tingkat pengenalan produk masih rendah (Putra *et al.*, 2023).

Beberapa penelitian mengungkapkan permasalahan yang terjadi pada UMKM setelah adanya pandemi Covid-19. Menurut Hartana (2022) dampak yang timbul karena adanya pandemi, meliputi 5 aspek. Aspek pertama, UMKM mengalami penurunan penjualan sebesar 61 persen. Aspek kedua, UMKM mengalami penurunan laba usaha sebesar 61 persen. Aspek ketiga, UMKM mengalami permasalahan modal

meningkat sebesar 71,4 persen. Aspek keempat, UMKM mengalami pengurangan jumlah karyawan sebesar 22 persen. Dan aspek kelima, UMKM mengalami penurunan kemampuan pembayaran angsuran bank.

Arofahtiani dan Cahyadi (2022) menyatakan bahwa adanya pandemi Covid-19 memberikan dampak pada berbagai aspek di warung makan. Dampak tersebut meliputi penurunan omzet dan perubahan jam operasional seperti warung makan diwajibkan untuk menerapkan protokol kesehatan, menggunakan masker, sarung tangan *latex*. Selain itu, dampak lain yang dirasakan oleh UMKM sektor kuliner yaitu usahanya terancam gulung tikar. Gulung tikar tersebut terjadi karena adanya penurunan daya beli masyarakat akibat dari penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Beloan *et al.*, 2022).

Sugiri (2020) menyatakan bahwa kesulitan yang dialami UMKM selama pandemi Covid-19, meliputi: terjadinya penurunan penjualan akibat dari berkurangnya kegiatan masyarakat sebagai konsumen, kesulitan permodalan akibat dari tingkat penjualan yang menurun sehingga perputaran modal sulit, adanya penerapan pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah tertentu. Kesulitan tersebut juga dirasakan oleh UMKM Rumah Makan yang berada di Kabupaten Jember. UMKM tersebut juga mengalami penurunan omzet yang sangat drastis akibat dari adanya pandemi. Selain itu, banyak Rumah Makan yang terpaksa harus menutup usahanya karena sepi pengunjung (Fatimah & Tyas, 2020).

Kase *et al.*, (2022) menyatakan bahwa permasalahan selama masa pandemi Covid-19 sektor UMKM di Kabupaten Timor Tengah Utara mengalami penurunan omzet penjualan yang sangat drastis. Penurunan omzet penjualan yang terjadi sebagai akibat dari adanya biaya-biaya yang harus dibayar seperti biaya tenaga kerja, biaya pulsa listrik, dan biaya-biaya lainnya dengan jumlah pendapatan yang di peroleh tidak sebanyak sebelum pandemi Covid-19.

Sejalan dengan Kase *et al.*, (2022), fenomena penurunan omzet secara drastis juga terjadi pada Snack Bu Wiwi yang berlokasi di Kecamatan Kedungbanteng. Usaha tersebut hampir gulung tikar karena dampak dari adanya pandemi. Adanya penerapan PSBB, usaha Snack Bu Wiwi mengalami beberapa kesulitan. Kesulitan tersebut meliputi sulitnya mendistribusikan produk ke luar kota dan toko kelontong, menurunnya permintaan pasar, serta penurunan omzet (Arsi *et al.*, 2022).

Penurunan omzet pada UMKM dapat diatasi dengan memanfaatkan teknologi digital. Teknologi digital merupakan implementasi dari revolusi industri 4.0. Memasuki era 4.0, UMKM dituntut untuk dapat mengembangkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital. Menurut ketua Aspiqmas, Pujiyanto menyatakan bahwa sebagian

besar UMKM di Kota Purwokerto sudah menyentuh “*go digital*” walaupun belum maksimal (Zaenal, 2020). Terbatasnya sumber daya sebagai penunjang pengembangan kemampuan berbasis teknologi digital menjadi salah satu permasalahannya. Permasalahan lain yang dihadapi yaitu keterbatasan modal kerja, kurangnya kemampuan sumber daya yang rendah, dan penguasaan ilmu teknologi (Ikhsani & Santoso, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto *et al.*, (2022) memperoleh hasil bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM agar dapat memulihkan usahanya. Strategi pemulihan tersebut diantaranya memanfaatkan teknologi digital, memiliki kemampuan *digital marketing*, dan mampu mempromosikan produk melalui konten kreatif.

Selain itu, strategi lain yang dibutuhkan UMKM agar mampu beradaptasi pasca pandemi Covid-19 yaitu dengan mendaftarkan usahanya pada *platform marketplace*, serta melakukan inovasi dan diversifikasi produk (Anggareni, 2021). Hanim *et al.*, (2022) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa strategi yang dilakukan untuk memastikan UMKM agar tetap bertahan dan berkembang melalui model kewirausahaan digital. Model kewirausahaan digital dapat berupa pemasaran berbasis teknologi. Model tersebut akan mendorong inovasi baru dan menciptakan ekosistem baru bagi UMKM sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas rakyat Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggareni (2021) mengenai strategi pemulihan UMKM di masa *new normal* dan era industri 4.0. Strategi yang dibutuhkan UMKM salah satunya mampu beradaptasi di masa *new normal* dan bergerak maju pada era industri 4.0. Selain itu, terdapat lima strategi lain yang digunakan untuk membangkitkan kembali usahanya yaitu antara lain pemanfaatan teknologi digital meliputi pemasaran produk melalui sosial media, mendaftarkan usaha ke *marketplace*, mampu membangun *personal branding*, melakukan inovasi dan diversifikasi produk menyesuaikan dengan *life style* pada masa *new normal*, mengevaluasi dan mencatat keuangan dengan *software* akuntansi secara digital, serta mendaftarkan UMKM secara resmi pada Dinas Koperasi dan UMKM.

Penerapan digitalisasi akan membawa dampak positif pada UMKM. UMKM yang mampu bertahan di masa pandemi adalah UMKM yang sudah menerapkan digitalisasi. Transformasi digital yang dapat dilakukan agar UMKM mampu berdaya saing, seperti bekerjasama dengan ekspedisi pengiriman, pemasaran produk melalui sosial media, menjual produk di *platform e-commerce*, dan strategi bisnis melalui digital. UMKM yang sudah menggunakan digitalisasi akan mengalami

perubahan yang baik terhadap penjualan (Kurnia & Wulandari, 2022).

Beberapa hasil penelitian yang menjelaskan bahwa penerapan digitalisasi bagi UMKM menjadi solusi untuk mengembangkan usaha di masa pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 mampu mendorong ekosistem baru seperti kewirausahaan digital. Ekosistem tersebut mampu mendorong UMKM untuk melakukan transformasi ke digital (Daryani, 2023). Pada masa pandemi, sebagian besar sektor ekonomi khususnya UMKM memanfaatkan *digital marketing* agar tetap bertahan. Pemanfaatan konsep promosi dan distribusi berbasis digital mampu menghasilkan laba sebesar-besarnya (Syukri & Sunrawali, 2022). Media sosial memberikan dampak pada peningkatan pemasaran (Raharja & Natari, 2021).

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Assa *et al.*, (2023) menyatakan bahwa masih ada UMKM yang masih bisa bertahan dan menjalankan usahanya dengan pemanfaatan teknologi yang kurang. Pemanfaatan teknologi yang kurang terjadi karena kemampuan sumber daya yang dimiliki kurang. Adapun strategi yang dilakukan UMKM tersebut yaitu dengan cara memberikan diskon ke pelanggan yang datang langsung ke rumah makan.

Strategi pemulihan umkm dapat dikaitkan dengan teori *Resources Based View* (RBV). Teori RBV membahas mengenai keberhasilan perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing dengan mengandalkan sumber daya yang dimiliki. Melalui teori tersebut, perusahaan dapat menciptakan keunggulan bersaing berbagai sumber daya yang dimiliki dengan menyatukan perbedaan kemampuan sebagai strategi bersaing. Perspektif teori RBV dapat dikatakan berhasil apabila perusahaan mampu memanfaatkan sumber daya internal yang tidak mudah ditiru dan unik sebagai kekuatan perusahaan agar mampu bersaing dengan yang lain (Barney, 1991).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai peranan digitalisasi sebagai strategi pemulihan UMKM pada saat pandemi. Sementara itu, peneliti terdahulu belum meneliti mengenai strategi pemulihan UMKM dengan menggunakan pendekatan RBV. Penelitian ini berfokus pada strategi pemulihan UMKM kuliner dengan pendekatan RBV dengan dua indikator yaitu sumber daya dan kapabilitas. Hal tersebut yang merupakan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Oleh karena itu, peneliti tertarik ingin mengetahui bagaimana strategi pemulihan UMKM pada masa pandemi? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemulihan UMKM kuliner pasca pandemi Covid-19 di Kota Purwokerto.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Resources-Based View Theory*

Resources-Based View merupakan suatu alat yang digunakan untuk menentukan sumber daya yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. RBV berfokus pada keunggulan bersaing suatu perusahaan melalui pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien. Konsep RBV sangat mengandalkan pada sumber daya yang memiliki karakteristik *valuable, rare, inimitable, dan non-substituable* (Barney, 1991).

Resources-Based View merupakan suatu teori yang menggambarkan bagaimana cara perusahaan mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan berdasarkan pada sumber daya yang dimiliki. Perusahaan akan mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan apabila mampu menerapkan strategi yang dapat memanfaatkan kekuatan internal mereka, tanggap terhadap peluang yang ada, dan mampu mengurangi ancaman serta menghindari kelemahan internal.

Pendekatan RBV membahas mengenai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Sumber daya perusahaan digolongkan menjadi tiga, yaitu sumber daya fisik, sumber daya manusia, dan sumber daya organisasi. Sumber daya fisik meliputi teknologi, pabrik, lokasi, dan bahan baku. Sumber daya manusia meliputi pelatihan dan pengalaman. Sementara itu, sumber daya organisasi meliputi struktur pelaporan formal perusahaan (Barney, 1991).

Indikator yang digunakan mengukur strategi *Resources-Based View* terdiri dari dua indikator yaitu sumber daya dan kapabilitas (Widagdo *et al.*, 2019). Pada dasarnya, teori RBV memfokuskan pada sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki (Dasuki, 2021). Menurut Wernerfelt (1984) sumber daya dikelompokkan menjadi dua, yaitu sumber daya fisik dan non fisik. Sumber daya fisik merupakan sumber daya yang tersedia secara fisik di perusahaan. Sedangkan sumber daya non fisik merupakan sumber daya yang tidak nampak secara fisik tetapi dikerjakan oleh sebagian karyawan di perusahaan.

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengukur dan mengelola sumber daya dan kapabilitas yang baik, sebagai berikut: ketrampilan (pelayanan yang baik dan iklan yang unik), aset fisik yang bernilai (fasilitas produksi, fasilitas distribusi, dan *network* dan sistem informasi), aset sumber daya manusia (pekerja yang berpengalaman, berbakat, dan memiliki motivasi tinggi), aset organisasi yang bernilai (sistem kontrol yang berkualitas dan sistem teknologi yang memadai), kapabilitas bersaing (kemampuan menghasilkan produk baru dalam jangka waktu pendek dan kemampuan melayani pelanggan dengan baik), aliansi dan kerjasama (mampu bekerjasama dengan pemasok dan distributor dapat memperkuat daya saing (Sampurno, 2011).

2.2 Pandemi Covid-19

Menurut Yang *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa *Coronavirus Disease* atau Covid-19 merupakan jenis virus yang pertama kali ditemukan di Kota Wuhan. Penyakit tersebut kemudian menyebar ke berbagai negara dengan cepat. Pandemi Covid-19 merupakan salah satu wabah terbesar yang tercatat dalam sejarah manusia apabila dilihat dari angka kasus positif, kematian, dan cakupan penyebaran (Morens *et al.*, 2020). Adanya pandemi Covid-19 juga memberikan dampak bagi para pekerja yaitu kehilangan mata pencaharian (Coibion *et al.*, 2021). Selain itu, sektor usaha yang paling rentan terdampak pandemi yaitu UMKM makanan dan minuman (Fatma & Julia, 2022).

2.3 UMKM

Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 UMKM merupakan kegiatan bisnis produktif yang berdiri sendiri yang dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha sesuai dengan sektor ekonomi. Adapun karakteristik usaha mikro, dalam PP No 7 Tahun 2021 untuk pendapatan penjualan pertahun lebih dari 1 miliar rupiah. Usaha kecil, dalam PP No 7 Tahun 2021 untuk pendapatan penjualan pertahun lebih dari 1 miliar sampai dengan 5 miliar rupiah. Usaha menengah, dalam PP No 7 Tahun 2021 untuk pendapatan penjualan pertahun lebih dari 5 miliar rupiah sampai dengan 10 miliar rupiah.

Langkah utama dalam meningkatkan dan memperkuat fondasi ekonomi negara yaitu pemulihan perekonomian. Pemulihan perekonomian nasional dapat dimulai dengan menghidupkan kembali sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama selama masa krisis seperti pandemi Covid-19. Pemulihan UMKM sangat diperlukan karena 99% pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM.

UMKM dapat memperkuat sumber daya dan kapabilitas guna memulihkan usaha mereka melalui strategi RBV. Strategi merupakan tindakan terencana dan terintegrasi guna memanfaatkan keterampilan sumber daya yang dimiliki serta mencapai keunggulan kompetitif untuk memastikan tercapainya tujuan usaha (David, 2004). Adapun strategi yang dilakukan oleh UMKM meliputi aspek pelayanan, pemasaran produk dan produksi berbasis teknologi dan pencatatan transaksi usaha.

2.4 Strategi Pemulihan UMKM

Strategi dari aspek pelayanan meliputi memberikan promo diskon, memberikan bonus dan memberikan pelayanan yang baik. Aspek pemasaran produk berbasis teknologi, pemilik UMKM dapat memperluas pemasaran melalui *e-commerce* atau *platform* lain meliputi membuat konten menarik sekaligus memasarkan produk

melalui media sosial (*Whatsapp* dan *Instagram*). Apabila dilihat dari aspek produksi berbasis teknologi, pemilik UMKM dapat memanfaatkan alat produksi otomatis agar rasa tetap konsisten, meliputi *mixer*, *blender*, dan *magicom*. Aspek pencatatan transaksi meliputi pencatatan transaksi keuangan usaha, dampak dari pencatatan keuangan, dan pengendalian antara uang usaha dan pribadi.

3. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk memahami makna oleh sejumlah individu atau kelompok orang yang berasal dari suatu masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell & Poth, 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan sebuah metodologi kualitatif yang digambarkan sebagai makna konsep atau fenomena yang didasari oleh pengalaman individu (Creswell & Poth, 2018).

Informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM yang berada di Kota Purwokerto sebanyak 6 orang yang masing-masing memiliki usahanya sendiri seperti usaha roti dan warung makan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yaitu usaha mikro, usaha yang sudah berjalan lebih dari 5 tahun, memiliki karyawan 1-5 orang, dan usaha yang dijalankan milik sendiri atau usaha turun temurun dari keluarganya.

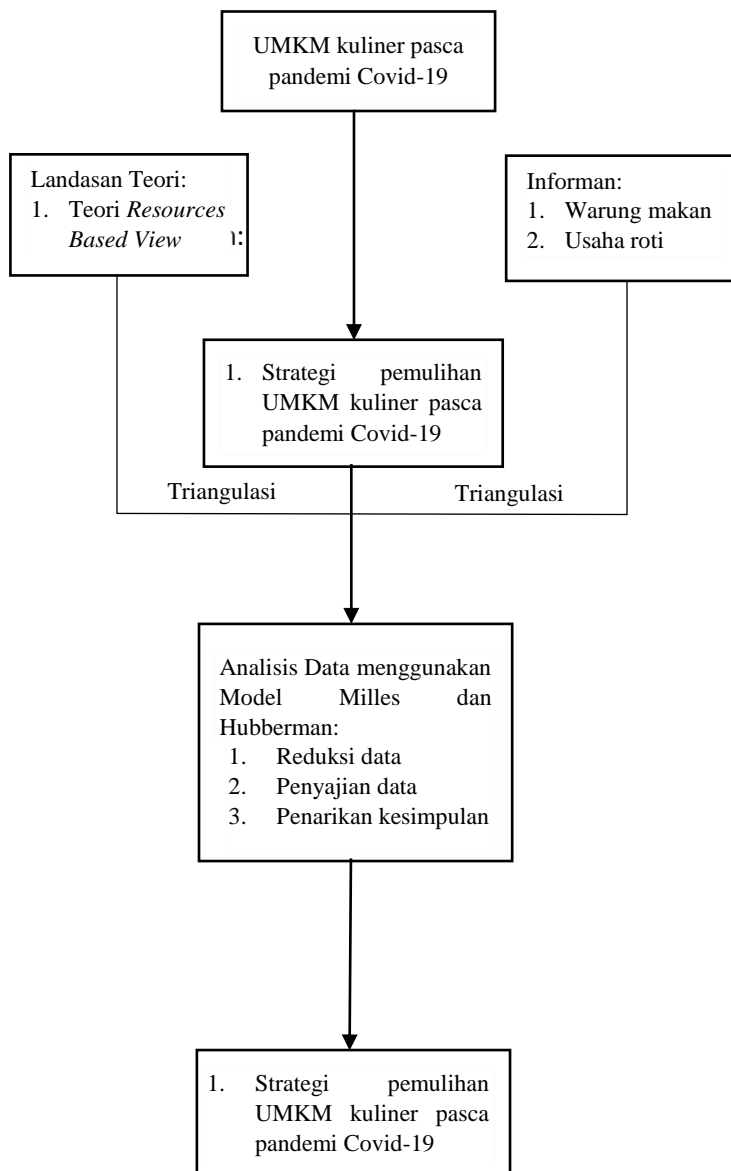
Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Menurut Moleong (2001) wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai. Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semistruktur yang mana peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih. Sementara itu, observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati fenomena dengan menggunakan panca indra untuk memperoleh suatu informasi (Fiantika *et al.*, 2022).

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji kredibilitas data, uji *transferability*, uji *dependability*, dan uji *confirmability* (Sugiyono, 2013). Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas. Uji kredibilitas dapat dilakukan dengan triangulasi. Menurut Wiliam Wiersma dalam (Sugiyono, 2013), triangulasi data merupakan pengecekan data menggunakan berbagai sumber, cara, dan waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi teori.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2009). Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, mengumpulkan ide-ide pokok, dan membuang hal-hal yang tidak dibutuhkan. Reduksi data dalam

penelitian ini dengan menuliskan data hasil dari wawancara kemudian ditabulasi berdasarkan daftar pertanyaan yang mewakili indikator-indikator yang menjadi sasaran. Penyajian data dalam kualitatif disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Data reduksi dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk matriks agar memudahkan dalam proses penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dalam kualitatif merupakan jawaban awal yang bersifat sementara, tetapi juga bisa berubah tergantung dari kondisi di lapangan. Penelitian ini menggunakan kesimpulan berdasarkan dari sumber informan melalui hasil wawancara dan observasi.

Adapun tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara dengan informan sebagai bentuk pencarian data, kemudian di analisis

oleh peneliti. Analisis ini memfokuskan pada interpretasi UMKM kuliner di Kota Purwokerto terhadap pemulihan usaha pasca pandemi Covid-19. UMKM yang terpilih menjadi informan sebanyak 6 jenis usaha. Jenis usaha yang menjadi informan terdiri dari usaha roti dan warung makan. Adapun data dari 6 informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Informan

No	Nama Usaha	Jenis Usaha	Modal	Keuntungan		
				Sebelum Pandemi	Saat Pandemi	Sesudah Pandemi
1	UMKM A	Roti Bolu	1 juta	4 juta	2 juta	6 juta
2	UMKM B	Warung Makan	4 juta	1,5 juta	1 juta	2,5 juta
3	UMKM C	Warung Makan	25 juta	60 juta	35 juta	90 juta
4	UMKM D	Roti	6 juta	15 juta	10 juta	20 juta
5	UMKM E	Warung Makan	15 juta	30 juta	20 juta	40 juta
6	UMKM F	Roti	3 juta	3 juta	1 juta	3,5 juta

Sumber: data primer diolah, 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata usaha yang dijalankan oleh informan yaitu lebih dari 5 tahun. Pada kelompok usia, rata-rata informan berusia diatas 25 tahun. Sementara itu, pada kelompok modal usaha, diperoleh data bahwa modal usaha yang dimiliki oleh pemilik UMKM mayoritas berada pada kisaran Rp 1.000.000- Rp 25.000.000.

Apabila dilihat dari aspek keuntungan yang diperoleh masing-masing UMKM. Tabel 1 menunjukkan bahwa adanya perbedaan keuntungan penjualan UMKM sebelum, saat dan setelah pandemi Covid-19. Perbedaan keuntungan penjualan tersebut dikeluhkan oleh para pelaku UMKM akibat dari menurunnya pendapatan usaha mereka secara drastis. Sedangkan, perbandingan keuntungan pada saat dan setelah pandemi Covid-19 mengalami peningkatan. Artinya bahwa strategi yang diterapkan oleh UMKM tersebut sudah tepat sehingga mampu meningkatkan kinerja usahanya setelah pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara sebagai metode pengumpulan data. Analisis data dilakukan dengan cara transkrip data, yaitu dengan mengkonversikan audio menjadi teks yang berisi jawaban dari setiap informan. Selanjutnya melakukan triangulasi teori untuk menguji keabsahan data.

Tema 1 : Memperkuat sumber daya

Nilai potensi yang dimiliki oleh suatu unsur tertentu dalam kehidupan didefinisikan sebagai sumber daya. Sumber daya merupakan sebuah kunci bagi UMKM agar tetap bertahan dan mampu memulihkan usahanya. UMKM yang mampu

memanfaatkan sumber dayanya melalui pelatihan dan pengembangan maka akan terus bertahan dan menghasilkan produk yang mampu bersaing dengan produk lainnya.

Salah satu kemampuan sumber daya yang harus dimiliki yaitu inovasi dan kreativitas. Adanya inovasi dan kreativitas yang tinggi diharapkan usaha yang dijalankan bisa bertahan dan mampu menghasilkan pendapatan usaha. Keberadaan UMKM merupakan penyumbang proporsi terbesar dalam perekonomian nasional sebagai indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai bidang kegiatan perekonomian. Tanpa adanya inovasi dan kreativitas, usaha tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan (Nabella & Winarso, 2019). Tema memperkuat sumber daya dapat dikelompokkan dalam beberapa sub tema yaitu pelayanan, pelatihan, inovasi dan kreativitas.

Sub tema yang pertama yaitu pelayanan. Pelayanan yang dimaksud yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik sehingga membuat pelanggan menjadi loyal. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

"Tentu ya. Kalau dari segi pelayanan saya akan memberikan bonus atas produk yang diberi seperti melebihi jumlah barang yang dikirim tanpa menarik bayaran tambahan. Selain itu, saya juga sering memberikan potongan harga kepada pelanggan." (Wawancara, UMKM A)

"Strateginya yaitu dengan sesekali memberikan potongan harga dan bonus, selalu ramah, mengutamakan salam, dan terimakasih ketika konsumen setelah membeli produk, tetap mempertahankan citarasa yang khas, selalu memperhatikan pengemasan produk agar lebih menarik dan inovatif." (Wawancara, UMKM C)

"Saya paling sesekali memberikan potongan harga, untuk menarik pelanggan kembali lagi kesini. Selain itu, kami terus meningkatkan kualitas rasa dengan menggunakan rempah-rempah." (Wawancara, UMKM E)

"Pelayanan yang saya berikan untuk pelanggan tetap, seperti memberikan potongan harga, kadang juga kasih bonus dan gratis ongkir di setiap pemesanan." (Wawancara, UMKM F)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa UMKM melakukan berbagai cara untuk memulihkan usahanya yaitu dengan memperkuat sumber daya. Memperkuat sumber daya yang dilakukan para informan dengan memberikan potongan harga, bonus, dan pelayanan terbaik. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan menjadi loyal dan tertarik untuk membeli kembali. Sehingga usaha dapat tetap bertahan dan memperoleh pendapatan secara maksimal.

Sub tema yang kedua yaitu pelatihan. Pelatihan yang dimaksud yaitu dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan untuk

meningkatkan pengetahuan dan kemampuan. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

"Saya selalu memberikan pelatihan-pelatihan ke karyawan saya mba. Misalnya baru-baru ini saya memberikan pelatihan mengenai cara pemasaran di sosial media." (Wawancara, UMKM A)

"Saya juga sering memberikan pelatihan-pelatihan, seperti pelatihan mengenai inovasi pengemasan produk ke karyawan saya." (Wawancara, UMKM C)

"Saya setiap minggu mba, memberikan pelatihan mengenai pemasaran produk secara online untuk karyawan saya." (Wawancara, UMKM D)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa para informan telah mengadakan pelatihan kepada karyawan. Pelatihan karyawan merupakan salah satu bentuk kesadaran pemilik akan kemajuan usahanya. Kegiatan Pelatihan UMKM merupakan salah satu upaya yang digunakan untuk meningkatkan kualitas dan kemampuan sumber daya dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Seiring dengan perubahan lingkungan, pelatihan dan pengembangan UMKM sangat dibutuhkan. Apabila UMKM tidak mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan, maka usahanya akan mengalami kerugian.

Adapun pelatihan-pelatihan kepada karyawan memberikan dampak positif bagi usahanya. Dampak positif yang dirasakan yaitu mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan. Semakin banyak pelatihan yang diikuti, maka akan semakin banyak pengetahuan untuk meningkatkan kualitas produk. Sehingga produk tersebut mampu bersaing dengan produk-produk lainnya.

Sub tema yang ketiga yaitu inovasi dan kreativitas. Inovasi dan kreativitas yang dimaksud yaitu kontribusi pemilik dan karyawan yang melakukan terobosan baru terhadap produk mereka supaya dapat bersaing dengan produk lainnya. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

"Iya, selalu inovasi membuat menu baru, menuangkan ide baru dan meningkatkan dari segi pengemasan produk penjualan, dan peningkatan pelayanan terhadap pelanggan." (Wawancara, UMKM C)

"Iya mba. Karyawan saya memiliki inovasi dan kreativitas, misalnya dibagian produksi itu bisa menghasilkan inovasi baru untuk jenis produk yang dijual. Kalau yang bagian pemasaran, inisiatifnya membuat desain-desain untuk di upload di sosial media." (Wawancara, UMKM D)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa seiring dengan perkembangan zaman, pemilik UMKM dan karyawannya dituntut untuk

memiliki inovasi dan kreativitas yang tinggi baik dalam hal pemasaran maupun produksi. Apabila suatu usaha yang dijalankan tidak ada inovasi dan kreativitas maka usaha yang dijalankan tidak pernah maju dan pelanggan merasa bosan untuk membeli produk yang dihasilkan. Inovasi dan kreativitas memiliki peran penting dalam memajukan usaha agar tetap bertahan dan menghasilkan pendapatan yang maksimal.

Tema 2 : Teknologi

Perkembangan teknologi telah memberikan pengaruh pada gaya hidup manusia secara modern. Terutama pada era revolusi industri 4.0, pemanfaatan teknologi bisa dilakukan melalui digitalisasi yang mampu mendukung berbagai aspek kegiatan masyarakat. Terutama di bidang ekonomi meliputi cara produksi, distribusi, dan konsumsi. Bidang ekonomi termasuk UMKM yang dianggap perlu melakukan digitalisasi. Menurut Kementerian Komunikasi, Informasi dan Informatika bersama Kementerian Koperasi dan UMKM telah melakukan Siaran Pers mengenai Gerakan Nasional UMKM *Go Online*. Upaya tersebut merupakan langkah nyata dari pemerintah untuk menunjang UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Terutama pada aspek pemasaran produk, dengan adanya pemanfaatan digitalisasi pemasaran memungkinkan UMKM untuk memperluas pangsa pasar, mengurangi biaya promosi, dan mendapatkan keuntungan yang maksimal (Biro Humas Kementerian Komunikasi Dan Informatika., 2017).

Pandemi Covid-19 menyebabkan UMKM mengalami penurunan pendapatan hingga menutup usahanya karena masih banyak yang mengandalkan penjualan secara *offline*. Pada kenyataannya, saat pandemi Covid-19 terjadi perilaku konsumen beralih dari tradisional ke digital. Belajar dari pandemi Covid-19, UMKM dituntut harus mampu beradaptasi dengan digitalisasi. Adanya penerapan digitalisasi, UMKM mampu mempertahankan usahanya dengan lebih baik, meningkatkan kapasitas usaha, dan memperluas pangsa pasar.

Salah satu sarana terbaik bagi UMKM agar mampu bertahan dan memulihkan usahanya adalah melalui pemanfaatan teknologi. Pemanfaatan teknologi meliputi segi pemasaran dan produksi. Pemanfaatan teknologi dari segi pemasaran dapat dilakukan dengan cara pemanfaatan sosial media. Tema teknologi dapat dikelompokkan dalam beberapa sub tema yaitu pemasaran dan produksi.

Sub tema yang pertama yaitu pemasaran. Pemasaran yang dimaksud yaitu pemilik UMKM yang sudah menerapkan teknologi melalui pemanfaatan sosial media untuk memasarkan

produknya. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

“Tentu, usaha saya memanfaatkan teknologi. Seperti melakukan penjualan produk secara online melalui (Grabfood) dan Whatsapp.” (Wawancara, UMKM B)

“Saya juga memanfaatkan sosial media. Seperti membagikan foto produk dan promosi di aplikasi Instagram dan Whatsapp Business.” (Wawancara, UMKM D)

“Saya biasanya mempromosikan produk ini memanfaatkan sosial media mba, misalnya upload foto produk melalui Instagram dan Whatsapp.” (Wawancara, UMKM F)

Sub tema yang kedua yaitu produksi. Produksi yang dimaksud yaitu pemilik UMKM yang sudah menggunakan sarana dan prasarana berbasis teknologi yang digunakan untuk proses produksi. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

“Untuk sarana dan prasarana sebetulnya standar aja si, kaya orang-orang yang pada umumnya gunakan untuk membuat roti. Misalnya yang saya punya ini ada kompor, oven, dan mixer. Dalam memproduksi produk, saya jelas memanfaatkan teknologi ya. Contohnya: penggunaan mixer dan oven listrik.” (Wawancara, UMKM A)

“Sarana dan prasarana yang digunakan dalam menunjang kegiatan usaha saya, seperti: Kompor, wajan, sendok, piring, gelas, tempat makan, meja, kursi, Dalam menunjang kegiatan produksi, saya menggunakan teknologi seperti: magicom dan kulkas.” (Wawancara, UMKM C)

“Alat yang saya gunakan untuk produksi roti, ya standar. Misal kaya oven dan mixer. Untuk memproduksi roti, saya memanfaatkan teknologi. Contohnya: oven listrik, mixer, dan chiller.” (Wawancara, UMKM D)

“Saya dalam memproduksi produk, menggunakan alat-alat masak, seperti kompor, wajan, alat untuk membakar ayam. Disini saya juga memiliki wajan khusus untuk memasak ayam dalam jumlah besar mba. Kalau saya, memanfaatkan teknologi untuk memproduksi produk, misalnya menggunakan magicom.” (Wawancara, UMKM E)

“Alat yang saya gunakan untuk bikin roti, ada banyak mba. Misalnya kompor, oven, wajan, teflon, loyang, mixer, blender, choper, rolling pin, meja putar, baskom, dan printilan kecil-kecil lainnya. Kalau untuk produksi, saya tentunya memanfaatkan teknologi ya, supaya cepat selesai kalau sedang banyak pesanan. Seperti oven listrik, mixer, blender, dan chopper.” (Wawancara, UMKM F)

Sebagian besar informan telah memanfaatkan teknologi dalam proses produksinya. Adanya pemanfaatan teknologi diharapkan mampu membantu kegiatan usaha.

Tema 3 : Pencatatan keuangan

Pencatatan merupakan proses mencatat transaksi keuangan yang telah terjadi secara kronologis dan sistematis. Pencatatan tersebut digunakan sebagai tanda bahwa transaksi telah terjadi dalam jangka waktu yang ditentukan (Afifah *et al.*, 2021). Tema pencatatan keuangan dapat dikelompokkan dalam beberapa sub tema yaitu konsisten, dampak, dan cara pengendalian.

Sub tema yang pertama yaitu konsisten. Konsisten yang dimaksud yaitu seberapa sering dan rajin pemilik UMKM melakukan pencatatan keuangan usahanya. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

“Saya baru-baru ini rajin membuat catatan keuangan usaha, setelah adanya pandemi mba. Pencatatannya masih manual, hanya uang masuk dan keluar saja untuk mengetahui pendapatan per harinya.” (Wawancara, UMKM B)

“Sebelum terjadi pandemi, saya sudah rajin melakukan pencatatan keuangan mba. Saya melakukan pencatatan sederhana saja si mba. Di pencatatan itu ada informasi mengenai konsumen yang beli, kebutuhan belanja harian, gaji karyawan, dan omzet harian.” (Wawancara, UMKM C)

“Kalau saya sudah dari lama mba, rajin membuat catatan keuangan usaha mba. Saya belum menggunakan aplikasi, tapi masih manual aja mba. Untuk transaksi yang saya catat itu ada pemasukan dan pengeluaran harian, termasuk penjualan, pembelian bahan baku, biaya operasional, pencatatan terkait jumlah bahan baku yang dimiliki.” (Wawancara, UMKM D)

“Saya belum lama si mba, ya baru-baru ini setelah pandemi jadi rajin mencatat keuangan usaha. Untuk pencatatan usaha saya, sudah menggunakan excel. Tetapi yang dicatat hanya pemasukan dan pengeluaran saja.” (Wawancara, UMKM F)

Berdasarkan kutipan hasil wawancara menjelaskan bahwa pemilik UMKM melakukan pencatatan keuangan usaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas informan melakukan pencatatan secara sederhana, yaitu hanya mencatat mengenai pemasukan dan pengeluaran. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Al Falih *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa manajemen keuangan yang diterapkan UMKM sangat sederhana yaitu hanya mencatat uang masuk dan uang keluar, belum menggunakan kaidah-kaidah pencatatan arus kas yang baik.

Sub tema yang kedua yaitu dampak. Dampak yang dimaksud yaitu dampak yang dirasakan setelah melakukan pencatatan secara rutin, UMKM akan mengetahui kondisi keuangan usahanya. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

“Ada. Dampaknya yaitu dengan melakukan pencatatan secara konsisten dapat membantu saya untuk mengambil keputusan dalam menjalankan usaha. Misal kaya kemarin lagi pandemi, usaha saya kan mengalami penurunan, disitu saya mengambil strategi untuk mempertahankan usaha.” (Wawancara, UMKM A)

“Dampaknya ya dapat mengetahui secara pasti besarnya keuntungan yang diperoleh dan dapat merencanakan tahap selanjutnya untuk meningkatkan pendapatan.” (Wawancara, UMKM B)

“Ada. Jadi lebih tau terkait biaya pengeluaran, dan biaya Pemasukan. Jadi tahu keuntungan harian dan bulanan.” (Wawancara, UMKM C)

“Banyak dampak positif yang saya rasakan setelah melakukan pencatatan keuangan, salah satunya sebagai alat untuk pertimbangan saya dalam menentukan langkah selanjutnya.” (Wawancara, UMKM D)

“Untuk dampaknya bagi usaha saya, jadi dapat mengetahui kondisi usaha mba. Kira-kira kondisi usaha saya, saat ini sedang mengalami penurunan atau kenaikan.” (Wawancara, UMKM E)

“Kalau menurut saya, dampaknya itu bisa untuk memahami keadaan usaha. Dengan melakukan pencatatan usaha, saya jadi tau usaha yang dijalankan mengalami kemajuan/kemunduran atau bahkan biasa-biasa saja.” (Wawancara, UMKM F)

Hasil wawancara diatas, mayoritas informan memiliki dampak positif dari melakukan pencatatan keuangan usahanya. Pencatatan keuangan usaha yang dilakukan secara konsisten dan disiplin merupakan kunci agar UMKM mampu bertahan dan melanjutkan usahanya pada periode pasca pandemi Covid-19. Sejalan dengan penelitian Mahaini *et al.*, (2022) yang memperoleh hasil bahwa pemanfaatan media informasi pencatatan keuangan berupa Microsoft Excel memberikan dampak positif bagi UMKM untuk memberikan gambaran mengenai target yang ingin dicapai. Apabila pencatatan keuangan yang terintegrasi dengan sistem yang baik, maka hasilnya dapat digunakan sebagai alat analisis untuk menentukan strategi di masa depan.

Sub tema yang ketiga yaitu cara pengendalian. Cara pengendalian yang dimaksud yaitu cara yang dilakukan pemilik untuk menyimpan uang usaha dan pribadi supaya tidak digabungkan. Hal tersebut diutarakan oleh beberapa informan sebagai berikut.

“Pengendalian yang saya lakukan dengan cara membuka rekening bank yang berbeda. Yang satu rekening atas nama usaha untuk kegiatan usaha. Yang satu untuk rekening pribadi. Itu saya lakukan supaya lebih jelas arus keluar masuknya dana.” (Wawancara, UMKM A)

“Dengan cara membuat tempat khusus untuk menyimpan uang usaha dan pribadi, kemudian membuat rekening perbankan khusus usaha untuk melakukan transaksi terkait usaha dan pribadi.” (Wawancara, UMKM C)

“Caranya ya dengan membedakan tempat penyimpanan uangnya. Misalnya menyimpan uang pribadi saya di rekening tabungan terpisah dengan rekening usaha.” (Wawancara, UMKM D)

“Cara yang saya lakukan dengan membuka rekening baru untuk usaha. Jadi itu pengendalian yang dapat saya lakukan supaya uang untuk kegiatan usaha tidak tercampur dengan uang pribadi.” (Wawancara, UMKM E)

Dari wawancara tersebut, diperoleh hasil bahwa mayoritas informan sudah melakukan pemisahan uang dengan cara membuka rekening tabungan yang berbeda. Pemisahan keuangan antara uang pribadi dan usaha akan memberikan dampak positif bagi pemilik dapat lebih mudah dalam mengelola keuangan usaha dan dapat mengetahui kondisi keuangan usaha yang sesungguhnya. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Dewi & R.Pandin (2019) yang menyatakan bahwa pemisahan uang usaha dan pribadi yang secara jelas dapat berpengaruh pada peningkatan kinerja usaha dan memberikan dampak pada perkembangan usaha yang dijalankan.

Analisis Teori

Keterkaitan teori *Resources-Based View* dengan indikator sumber daya dan kapabilitas. Teori RBV menggambarkan sumber daya yang dimiliki melalui kekuatan dan kelemahan. Kekuatan dan kelemahan dari sumber daya internal mampu menentukan faktor keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha dapat ditentukan oleh sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki sehingga mampu mengubah sumber daya tersebut menjadi keuntungan dari sisi ekonomi.

Indikator sumber daya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen strategi usaha. Setiap usaha pasti mengalami permasalahan yang berbeda-beda. Apabila setiap usaha mampu mengimbangi dengan kestabilan sumber daya, maka usaha tersebut akan mampu bertahan walaupun dalam keadaan sulit.

Sementara itu, indikator kapabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Kapabilitas merupakan faktor penting dalam mencapai keunggulan bersaing karena manusia sebagai penggerak utama untuk mencapai tujuan perusahaan. Apabila perusahaan mampu mengelola kapabilitas dengan baik, maka dapat mempertahankan keunggulan bersaing dari waktu ke waktu.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Adapun strategi pemulihan yang dapat dilakukan oleh UMKM yaitu dengan cara memperkuat sumber daya, teknologi, dan pencatatan keuangan. Strategi pertama yaitu memperkuat sumber daya yang dilakukan oleh pemilik UMKM dapat tercerminkan dalam berbagai aspek, seperti pelayanan, pelatihan, serta inovasi dan kreativitas. Pada aspek pelayanan, mayoritas informan memberikan potongan harga, bonus, dan pelayanan terbaik untuk pelanggannya agar tetap loyal. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan tertarik untuk membeli kembali. Sehingga usaha dapat tetap bertahan dan memperoleh pendapatan secara maksimal. Aspek pelatihan, mayoritas informan sudah sadar mengenai pentingnya pelatihan kepada karyawannya untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan sehingga dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Sementara itu, aspek inovasi dan kreativitas, mayoritas karyawan memiliki inovasi dan kreativitas dalam hal pengemasan produk dan pemasaran produk. Inovasi dan kreativitas memiliki peran penting dalam memajukan usaha agar tetap bertahan dan menghasilkan pendapatan yang maksimal.

Strategi kedua yaitu pemanfaatan teknologi. Pemanfaatan teknologi meliputi aspek pemasaran dan produksi. Aspek pemasaran, mayoritas informan sudah memanfaatkan sosial media untuk melakukan pemasaran. Hal tersebut dilakukan agar memperluas pangsa pasarnya dan merupakan bentuk adaptasi dengan adanya revolusi industri 4.0. Sementara itu, aspek produksi, mayoritas informan sudah memanfaatkan teknologi dalam proses produksinya. Pemanfaatan teknologi meliputi *mixer, blender, chiller, dan oven*. Pemanfaatan tersebut dilakukan agar mempermudah pemilik melakukan kegiatan usaha dan menghasilkan produk dengan rasa yang sama.

Strategi ketiga yaitu melakukan pencatatan keuangan. Pencatatan keuangan dilakukan oleh pemilik tercerminkan dalam berbagai aspek, seperti konsisten, dampak, dan cara pengendalian. Aspek konsisten, mayoritas pemilik sudah melakukan pencatatan keuangan dengan rutin. Meskipun masih terdapat UMKM yang baru melakukan pencatatan keuangan setelah adanya pandemi. Apabila pencatatan keuangan dilakukan secara rutin, maka UMKM dapat mengetahui kondisi keuangan usahanya sehingga dapat melakukan pemulihan usaha. Aspek dampak, mayoritas informan merasakan dampak positif setelah melakukan pencatatan keuangan. Salah satu dampaknya yaitu untuk melihat kondisi keuangan usaha. Aspek cara pengendalian, mayoritas pemilik sudah memisahkan antara uang pribadi dan usaha. Hal tersebut dilakukan dengan cara membuka rekening tabungan yang berbeda. Apabila UMKM

menerapkan pemisahan uang pribadi dan usaha, akan berdampak positif bagi usahanya. Dampak yang akan dirasakan UMKM meliputi peningkatan kinerja usaha dan memberikan dampak pada perkembangan usaha yang dijalankan.

5.2. Saran

Saran dari penulis kepada pemilik UMKM yang telah melakukan pemulihan diharapkan dapat menjadi contoh yang baik bagi UMKM lainnya. Bagi pemilik UMKM yang belum melakukan pemulihan tetap terus belajar agar mampu beradaptasi, misalnya dengan belajar menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk.

Saran bagi pemerintah, diharapkan dapat mengadakan pendampingan pada UMKM yang terdampak Covid-19 dengan memberikan pelatihan maupun bantuan untuk mendukung keberlangsungan usaha.

Saran untuk peneliti selanjutnya, dapat menambahkan variabel baru yang berkaitan dengan hasil yang diperoleh agar mampu menghasilkan informasi yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A. L., Lestari, B. A. H., & Jumaidi, L. T. 2021. *Analisis Tingkat Literasi Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Umkm Pada Umkm Di Kota Mataram*. Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi, 1(4), 1–12. <https://doi.org/10.29303/risma.v1i4.103>
- Al Falih, M. S. H., Rizqi, R. M., & Ananda, N. A. 2019. *Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(1).
- Anggareni, V. P. 2021. *Strategi Pemulihan UMKM Pada Masa New Normal dan Industri 4 . 0*. Journal Inovasi Penelitian, 1, 318–328.
- Antara News. 2020. *Survei LIPI: Penjualan UMKM turun akibat COVID-19*. AntaraNews. <https://www.antaraneews.com/infografik/1584914/survei-lipi-penjualan-umkm-turun-akibat-covid-19> diakses pada 5 September 2023
- Arianto, B. 2020. *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. ATRABIS : Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal), 6(2). <https://doi.org/doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Arofahtiani, R., & Cahyadi, E. R. 2022) *Strategi Adaptasi UMKM Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Rumah Makan Haji Masduki, Pekalongan)*. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen, 8(2), 458–469. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.458>
- Arsi, P., Subarkah, P., Damai, T., & Nurhakim, A. 2022. *Pendekatan Iptek Guna Ketahanan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19*. SELAPARANG :Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 6(1), 24–27. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7951>
- Assa, A. C., Tampi, J. R. E., & Mangindaan, J. V. 2023. *Strategi Pemulihan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yang Terdampak Covid-19 di Kota Manado*. Productivity, 4(3), 288–299.
- Barney, J. 1991. *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. Journal of Management, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Biro Humas Kementerian Komunikasi Dan Informatika. (2017). *GO DIGITAL! Gerakan Nasional UMKM Go Online*. Kominfo.Go.Id. https://www.kominfo.go.id/content/detail/11346/siaran-pers-no-216hmkominfo112017-tentang-go-digital-gerakan-nasional-umkm-go-online/0/siaran_pers diakses pada 26 September 2023
- Beloan, B., Endiana, I. D. M., & Rantun, I. K. S. 2022. *Pemasaran Melalui Media Sosial Menerapkan Promosi Menarik Serta Pemanfaatan Jasa Antar Di Umkm “ Warung Buk Eka ” Di Masa Pandemi Covid 19*. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat, 1(2), 1141–1147.
- Coibion, O., Gorodnichenko, Y., & Weber, M. 2021. *Labor Markets During the Covid-19 Crisis: A Preliminary View*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3584089>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. 2018. *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches* (Fourth Edi). SAGE Publications, Inc, California
- Daryani, R. 2023. *Pengembangan Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Embistek (Ekonomi, Manajemen Bisnis, Syariah, Dan Teknologi), 1(1), 48–62.
- Dasuki, R. E. 2021. *Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View*. Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, 12(3), 447–454. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategi Konsep*. Salemba Empat, Jakarta
- Dewanto, K. 2020. *Dinas: 1.222 pekerja di Banyumas dirumahkan akibat COVID-19*. AntaraNews. <https://www.antaraneews.com/berita/1408258/dinas-1222-pekerja-di-banyumas-dirumahkan-akibat-covid-19> diakses pada 30 Agustus 2023
- Dewi, I. K., & R.Pandin, M. Y. 2019. *Pengaruh Pengelolaan Keuangan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen, 4(2), 1–12.

- Fatimah, F., & Tyas, W. M. 2020. Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), 245–253. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3663>
- Fatma, D. A., & Julia, R. 2022. *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia*. Senakota-Seminar Nasional Ekonomi Dan Akuntansi, 33(1).
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue March). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, Padang
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. 2022. *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1). <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Hartana. 2022. Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(3), 1–24.
- Ikhسانی, M. M., & Santoso, S. E. B. 2020. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Banyumas*. Seminar Nasional LPPM- Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 452–457.
- jateng.prov.go.id. 2020. *Ribuan UKM Terdampak Covid-19, Ini Solusi Pemprov Jateng*. Portal Resmi Provinsi Jawa Tengah. <https://jatengprov.go.id/publik/ribuan-ukm-terdampak-covid-19-ini-solusi-pemprov-jateng/>
- jateng.prov.go.id. 2023. “70 Persen UMKM Di Jateng Belum Melek Digital.” *Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Tengah*. Retrieved ([https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/2533#:~:text=Alasan banyaknya UMKM yang belum,belajar ekstra untuk proses digitalisasi](https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/2533#:~:text=Alasan%20banyaknya%20UMKM%20yang%20belum%20belajar%20ekstra%20untuk%20proses%20digitalisasi)).
- Kase, M. S., Babulu, N. L., & Redjo, P. R. D. 2022. Perbedaan Omzet Penjualan Umkm Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Timor Tengah Utara. *Sebatik*, 26(1), 300–305. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i1.1552>
- Khan, N., & Faisal, S. 2020. *Epidemiology of Corona Virus in the World and Its Effects on the China Economy*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3548292>
- Koshle, H., Kaur, R., & Basista, R. 2020. *Breakdown of Business and Workers in India: Impact of Corona Virus*. SSRN Electronic Journal, 2(February 2020). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3557544>
- Kurnia, A. A., & Wulandari, D. 2022. *Perbandingan UMKM yang Memanfaatkan Digitalisasi dan Non Digitalisasi di Lamongan Pada Era Covid-19*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 80–94. <https://doi.org/doi.org/10.55904/cocreation.v1i2.306>
- Mahaini, M. F., Faadihilah, M. R., & Sapari, A. P. 2022. *Optimalisasi Strategi Kinerja UMKM Pasca Pandemi dengan Pemanfaatan Media Informasi Pencatatan Keuangan*. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 127–137. <https://doi.org/10.28932/jam.v14i1.4545>
- Mahsuni, A. W., & Wahono, B. 2023. *Dampak pandemi covid-19 terhadap perekonomian usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kripik Singkong Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang*. *Jurnal Ilmiah AKutansi Dan Keuangan*, 5(7), 3133–3144.
- Mansyur, A., Rozak, H. A., Taswan, T., & Fitriati, I. R. 2023. *Pengelolaan UMKM Pada Masa dan Pasca Pandemi COVID-19 di Kabupaten Kudus*. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (PENAMAS)*, 7(2), 109–112.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. 2009. *Analisis Data Kualitatif*. UI-Press, Jakarta
- Moleong, L. J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT REMAJA ROSDAKARYA, Bandung
- Morens, D. M., Daszak, P., Markel, H., & Taubenberger, J. K. 2020. *Pandemic covid-19 joins history's pandemic legion*. *MBio*, 11(3). <https://doi.org/10.1128/mBio.00812-20>
- Nabella, & Winarso, B. S. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Sumber Daya Manusia, Jaringan Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan UMKM Batik*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–28.
- Puspitoningrum, A. 2023. *Masih Butuh Usaha Biar UMKM di Jateng Bisa Melek Digital*. *IDN Times* Jateng. <https://jateng.idntimes.com/business/economy/anggun-puspitoningrum-1/masih-butuh-usaha-untuk-buat-umkm-di-jateng-bisa-melek-digital?page=all> diakses pada 20 September 2023
- Putra, E. Y., Adeline, Erika, Lestari, M., & Ching, W. 2023. *Strategi Pengembangan Usaha Warung Makan Indramayu Melalui Aplikasi Media Sosial (Instagram Dan Tiktok)*. *Dedikasi PKM*, 4(1), 69–74
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. 2021. *Pengembangan Usaha Umkm Di Masa*

- Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital*. Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 108–123.
<https://doi.org/doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rezki, Rajindra, & Rahman, A. 2022. *Strategi Usaha Mikro Kecil Bertahan di Masa Pandemic Covid-19*. Jurnal Kolaboratif Sains, 05, 434–440.
- Sampurno. 2011. *Manajemen Stratejik, Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta
- Setyowati, D. 2020. *Survei KIC: Mayoritas UMKM Terpukul Corona, Ada Dua Strategi Bertahan*, Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/desysetyowati/berita/5ef5fa2686f71/survei-kic-mayoritas-umkm-terpukul-corona-ada-dua-strategi-bertahan>
diakses 29 Agustus 2023
- Sugiri, D. 2020. Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86.
<https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Susanto. 2022. “Hampir Mati” Karena Pandemi, Ratu Cimol Banyumas Kini Bangkit Lagi. Suara Merdeka Banyumas.
<https://banyumas.suaramerdeka.com/ekonomi/092321893/hampir-mati-karena-pandemi-ratu-cimol-banyumas-kini-bangkit-lagi>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. 2022. *Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah*. Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 19(1), 170–182.
<https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Tjia, E. C., Lim, A., Clarissa, C., Laura Denali, G., Leonard, J., Gabrielle, J., Driantama, M., Andersson, N., & Kahfi, I. H. 2021. *Pengaruh Pandemi Terhadap Penjualan Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Depok*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia, 3(1), 102–119.
<https://doi.org/10.21632/jpmi.3.1.102-119>
- Wernerfelt, B. 1984. *A Resource-Based View of The Firm*. Strategic Management Journal, 5(2), 171–180.
<https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. 2019. *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya*. In Mandala Press.
http://repository.unmuhjember.ac.id/9257/1/BUKU_RB.V.pdf
- Wijayanto, G., Jushermi, J., Restu, R., Pramadewi, A., & Rama, R. 2022. *Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Digitalisasi Markeing Pada Sektor UMKM*. Jurnal Sosial Teknologi, 2(7), 630–635.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i7.378>
- Yang, J., Zheng, Y., Gou, X., Pu, K., & Chen, Z. 2020. *Prevalence of comorbidities and its effects in patients infected with SARS-CoV-2: a systematic review and meta-analysis*. International Journal of Infectious Diseases, 94(March).
- Zaenal, A. 2020. *Menyongsong kebangkitan UMKM Banyumas pada era adaptasi kebiasaan baru*. AntaraNews.
<https://jateng.antaranews.com/berita/325586/menyongsong-kebangkitan-umkm-banyumas-pada-era-adaptasi-kebiasaan-baru>
diakses pada 28 Agustus 2023