

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Teori *Resource Based View* (RBV)

Resource Based View (RBV) merupakan teori yang dikemukakan oleh Jay B. Barney dari artikelnya tahun 1991 yang berjudul “*Firm Resource and Sustained Competitive*”.¹ Secara konsep RBV adalah manajemen bisnis atau alat yang digunakan untuk menentukan sumber strategis yang tersedia untuk sebuah perusahaan. Teori ini muncul dari para pencetus ekonomi di dunia yang mana sumber daya yang baik dan berharga akan menciptakan *competitive advantage* atau keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan. Pendekatan ini berfokus pada pengembangan atau perolehan sumber daya (*resources*) dan kapabilitas yang berharga, yang sulit hingga sangat mustahil untuk ditiru oleh para pesaing. Pandangan teori RBV berpendapat bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan jauh lebih penting daripada struktur industri dalam memperoleh dan mempertahankan keunggulan bersaing.

Melalui pendekatan RBV memandang bahwa suatu organisasi memerlukan pengelolaan serta memperkuat sumberdaya yang dimiliki karena sumberdaya dianggap sebagai aset penting dan kapabilitas yang berharga. Beberapa aset yang berupa sumber daya kunci tertentu akan memberikan perusahaan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Walaupun demikian, sebuah perusahaan akan berhasil jika memiliki sumber daya yang paling tepat dan paling baik untuk usaha dan strateginya.

Indikator yang digunakan untuk mengukur strategi RBV yakni dapat melalui sumberdaya. Adapun tipe-tipe sumber daya adalah sebagai berikut :

a. Sumber Daya Berwujud (*tangible*)

Sumber daya berwujud adalah segala sesuatu yang tersedia di Perusahaan yang secara fisik dapat diamati, seperti Bahan Baku Pabrik, Peralatan, Teknologi, Lokasi, dll.

¹ Jay Barney, “Firm Resource and Sustained Competitive,” *Journal of Management* 17, no. 1 (1991): 99–120.

b. Sumber Daya Tidak Berwujud (intangible)

Sumber daya tidak berwujud artinya sumber daya yang tak dapat tersentuh, tapi sebagian besar dikerjakan oleh karyawan di organisasi, sumber daya yang tersedia di organisasi yang muncul akibat interaksi organisasi dengan lingkungannya.²

Dalam konsep RBV, yang menjadi fokus perhatian yakni sumber daya internal. Menurut Barner, keberhasilan suatu organisasi ditentukan oleh sumber daya internal yang dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu :

1. Sumber daya fisik, diantaranya semua pabrik, modal, peralatan, teknologi, bahan baku serta lokasi.
2. Sumber daya manusia, seluruh karyawan didalamnya meliputi, pengalaman, kecermatan, pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan yang dimiliki.
3. Sumber daya organisasi, diantaranya proses perencanaan, hak paten, hak cipta, struktur perusahaan, dan hubungan dengan pelanggan, maupun yang tertanam dalam rutinitas atau praktik perusahaan.³

Untuk mengukur dan mengelola kapabilitas sumber daya yang baik, menurut Thomson dan Strickland dalam Sampurno, menjelaskan bahwa harus memperhatikan sebagai berikut :

- a. Keterampilan atau keahlian
Meliputi pelayanan yang prima dan iklan yang unik. Hal ini harus mampu dijaga suatu perusahaan agar tidak gampang ditiru oleh kompetitor.
- b. Aset fisik yang bernilai
Mencakup antara lain fasilitas produksi dengan peralatan yang baik, fasilitas distribusi yang luas, nilai dan norma sistem manajeria, *network* dan sistem informasi, sistem teknis berbasis pengetahuan dan keterampilan.
- c. Aset sumber daya manusia
Segala sesuatu yang mencakup sumber daya manusia yang unggul serta keterampilan kinerja yang baik dari karyawan yang mampu dijadikan aset berharga dan tentunya harus dijaga dengan baik agar konsistensi karyawan yang terkait

² Imam Ghozali, *25 Grand Theory, Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis* (Semarang: YOGA PRATAMA, 2020), 159.

³ Ghazali, pt. 160.

bisa stabil.

- d. Aset organisasi yang bernilai
Suatu aset perusahaan yang bernilai itu meliputi sistem *controlling* yang berkualitas, sistem teknologi yang memadai untuk menjaga konsistensi produk atau jasa, yang mana aset organisasi ini dianggap sangat penting dikarenakan kecepatan pertumbuhan suatu perusahaan sangat bergantung pada aset yang bernilai ini.
- e. Kapabilitas bersaing
Meliputi keunggulan atau kemampuan perusahaan dalam waktu jangka pendek untuk menciptakan produk baru, rekan bisnis yang loyal dalam segi pemasok bahan inti, kemampuan dalam melayani pelanggan sehingga loyal dan yang paling penting mampu mengikuti perubahan zaman seiring berjalannya waktu.
- f. Aliansi dan kerjasama
Mampu kerjasama dengan pemasok dan distributor dengan baik dan mampu menjaga hubungan baik dengan mitra kerja sehingga menciptakan aliansis yang efektif.⁴

Bagi perusahaan yang menerapkan pendekatan RBV harus mampu mengolah sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar usaha yang dijalankan dapat bertahan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki keunikan kapabilitas dalam kemampuan teknis dan manajerial merupakan sumber daya yang penting untuk dapat mempertahankan keunggulan bersaing. Sebagai contoh *top management* dari perusahaan jika mempunyai sumber daya yang memadai dan sumber daya yang berbeda atau unik akan memberikan kontribusi perolehan keuntungan perusahaan.⁵

1. Strategi

- a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategos* atau *strategus* dengan kata jamak strategi. *Strategos* berarti jenderal tetapi dalam Yunani Kuno sering berarti

⁴ Sampurno, *Manajemen Stratejik, Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), pt. 1.

⁵ Lily Julienti Abu Bakar and Hartini Ahmad, "Assessing the Relationship between Firm Resources and Product Innovation Performance," *Business Process Management Journal* 16, no. 3 (June 8, 2010): 420–35, <https://doi.org/10.1108/14637151011049430>.

perwira negara (*state officer*) dengan fungsi yang luas. Pada abad ke-5 SM sudah dikenal adanya *Board of Ten Strategy* di Athena, mewakili 10 suku di Yunani. Hingga abad ke-5, kekuasaan politik terutama politik luar negeri dari kelompok strategi itu semakin meluas. Lama kelamaan strategi memperoleh pengertian baru.⁶

Banyak rumusan tentang apa itu strategi, salah satunya adalah yang terkait dengan penetapan keputusan yang harus diambil dalam menghadapi para pesaing di dalam lingkungan kehidupan yang saling memiliki ketergantungan, sehingga perlu ada kegiatan yang diarahkan terutama dalam memperkirakan perilaku satu dengan lainnya. Gagasan tentang konsepsi strategi pada dasarnya terus berubah, dipengaruhi oleh pemikiran tentang lingkungan dan dicerminkan dalam paradigma strategik, yang tentunya terus berubah.⁷

Menurut Stephanie K Marrus, strategi diartikan sebuah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta suatu cara maupun upaya bagaimana tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi strategi yang bersifat umum, terdapat pula strategi yang bersifat khusus. Seperti yang dikemukakan oleh Hamei dan Prahallad, bahwa strategi merupakan tindakan yang sifatnya *incremental* dan berlangsung terus menerus, dan dilaksanakan berdasarkan sudut pandang para pelanggan yang akan terjadi dimasa depan.⁸ Sedangkan pengertian strategi menurut Lantip Diat Prasajo menunjukkan bahwa strategi merupakan sebuah cara yang digunakan dalam mengusulkan sebuah bisnis yang akan dijalankan, dimana perusahaan mempertimbangkan sebuah taktik yang positif untuk menghadapi suatu persaingan dimasa yang akan datang disertai dengan

⁶ J Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit* (Jakarta: PT Grasindo, 2015), 61.

⁷ Sofjan Assauri, *Strategic Management "Sustainable Competitive Advantages"* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 2.

⁸ Enny Radjab Abd. Rahman Rahim Abd, *Manajemen Strategi* (Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017),4 .

kekuatan yang memuaskan para pelanggan.⁹

Dari penuturan I Made Ngarsa dalam jurnalnya menjelaskan bahwa pengertian strategi dari beberapa ahli mendefinisikan strategi dengan pandangan yang berbeda-beda, tidak ada definisi startegi yang terjawab secara penuh dan sempurna. Dalam penggunaanya, strategi bukan hanya bisa didefinisikan melalui satu prespektif saja, melainkan multidimensi dan bergantung pada konsep yang dituju, sehingga selalu beradaptasi dengan perubahan yang ada dilingkungan sekitar.¹⁰

Dengan demikian, istilah strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa saja yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Dari gambaran apa yang telah diuraikan diatas, dapatlah dinyatakan bahwa “strategi” merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerjasama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut.

b. Peran Strategi

Setiap strategi membantu perusahaan membangun dan memanfaatkan keuntungan bagi lingkuan kompetitif tertentu. Bagaimana perusahaan berintegrasi menunjukkan aktivitas yang mereka lakukan dalam setiap strategi tingkat bisnis yang berbeda menunjukkan bagaimana perbedaan satu dengan lainnya. Maka dari itu strategi mempunyai peranan penting diantaranya¹¹

1. Koordinasi dan komunikasi
2. Pendukung pengambilan keputusan,
3. Target dimana visi dan misi perusahaan

⁹ Lantip Diat Prasojo, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: UNY Press, 2018), 3.

¹⁰ I Made Narsa, “What Is Strategy?,” *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* 6, no. 1 (2008): 37.

¹¹ Linda Maryani and Harmon Chaniago, “Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri Fashion,” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 5, no. 1 (November 6, 2019): pt. 51, <https://doi.org/10.35313/jrbi.v5i1.1615>.

4. Bentuk pertahanan terhadap perubahan lingkungan.
- c. Strategi sebagai sarana keunggulan bersaing

Sebuah perusahaan dapat dikatakan unggul ketika sebuah perusahaan memiliki keunggulan bersaing dari kompetitor lain. Keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya dalam sebuah perusahaan. Strategi keunggulan bersaing sendiri bertumpu pada pola pikir perusahaan untuk menawarkan produk yang berbeda dari produk perusahaan lain. Baik dilihat dari segi harga, kualitas, inovasi yang unggul serta memiliki layanan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Strategi keunggulan bersaing dapat menjadi tameng atau suatu bentuk pertahanan dari para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya agar lebih baik lagi. Salah satu keuntungan dari adanya keunggulan bersaing ini adalah adanya peningkatan pendapatan yang nantinya berdampak pula pada peningkatan perekonomian. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.¹²

2. *Recovery*

a. Pengertian *Recovery*

Menurut Hass, Kates, dan Bowden definisi *recovery* menekankan bahwa pemulihan yang dapat diprediksi terdiri dari bagian yang dapat diidentifikasi secara berurutan, keputusan ditentukan oleh nilai dan hasil yang ditekankan kembali ke kondisi normal dengan keberlangsungan dimasa depan.¹³ Upaya pemulihan merupakan langkah yang sulit dan tidak tentu, termasuk informasi semuanya memiliki peran dalam upaya pemulihan masyarakat.

¹² Michael Porter, *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors: With a New Introduction*, ed. Sigit Suryanto (Tangerang: Tangerang : Karisma Publishing Group, 1947), pt. 5.

¹³ Sigit Setagen, *Proses Pemulihan Bencana Gempa Pada Tahun 2009 Di Kota Padang* (Depok: Universitas Indonesia, 2011), 21.

Pemulihan merupakan kondisi dimana individu mampu pulih kembali pada fungsi psikologis dan emos secara wajar dan mampu beradaptasi dalam kondisi yang tertekan, walaupun masih menyisihkan efek dari perasaan negatif yang dialaminya. Dengan begitu, individu dapat kembali beraktifitas untuk menjalani kehidupan sehari-hari, mereka juga mampu menunjukkan diri mereka sebagai individu yang resilien. Resiliensi disini diartikan sebagai kemampuan untuk pulih kembali dari suatu keadaan, kembali ke bentuk semula setelah dibengkokkan, ditekan, atau diregangkan.¹⁴

b. Tipe Recovery

Terdapat beberapa dari tipe *recovery* diantaranya :

1. *Public Assistance* (Bantuan Publik)

Public assistance atau yang dalam bahasa Indonesia yaitu bantuan publik merupakan salah satu tipe upaya *recovery* yang berasal dari pemerintah kepada masyarakat sebagai salah satu bentuk pelayanan terhadap masyarakat. Secara umum, bantuan publik mencakup beberapa aspek seperti struktur, sistem dan pelayanan yang berhubungan dengan pemerintah. Dalam hal ini pemerintah merupakan pihak yang paling bertanggung jawab dalam membiayai perbaikan dan perawatan sarana tersebut.¹⁵

2. *Economic Recovery* (Pemulihan Ekonomi)

Pemulihan ekonomi mengacu pada proses dimana bisnis dan ekonomi lokal kembali ke kondisi stabilitas setelah adaya guncangan. *Economic recovery* ini merupakan bagian awal dari ekspansi, dimana perekonomian memperoleh kekuatannya kembali untuk tumbuh pasca resesi. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan tanda-tanda penguatan diantaranya belanja konsumen mulai meningkat, pelaku bisnis mulai mengintensifkan produksi dan lain

¹⁴ Amira Yasin Dkk, "Resiliensi Pada Remaja Berdasarkan Keutuhan Keluarga," *Journal Of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research* 4, no. 1 (2020): 8.

¹⁵ Stephanie E. Chang and Adam Z. Rose, "Towards a Theory of Economic Recovery From Disasters," *Published Articles & Papers* 32, no. 2 (2012): 172.

sebagainya.¹⁶

3. *Business Recovery* (Pemulihan Usaha)

Pemulihan bisnis atau usaha merupakan upaya yang dilakukan guna memulihkan produktifitas usaha yang menurun akibat sebuah keadaan yang tidak dapat diprediksi.¹⁷ Kondisi lingkungan sebuah usaha sangat dinamis sehingga harus selalu dievaluasi dan diperbaiki sehingga usaha dapat bertahan dan dapat terus berkembang dan seorang pengusaha harus mampu meminimalisir adanya kerugian yang sangat besar.

Business recovery perlu diperlukan untuk bisa melewati masa-masa sulit suatu perusahaan agar perusahaan tetap bertahan dan usaha dapat berlanjut. Tujuan dari pemulihan bisnis adalah untuk memposisikan bisnis agar tumbuh berkelanjutan. Dalam memulihkan usaha, pelaku bisnis perlu dengan cermat menyusun strategi agar nantinya apabila terjadi keadaan yang sama pelaku usaha dapat mempergunakan strategi yang sama dikemudian hari.¹⁸ Metode terbaik untuk membantu menentukan waktu pemulihan adalah dengan analisis dampak bisnis dan mengidentifikasi aktivitas bisnis secara berkesinambungan. Tahap awal pemulihan bisnis dapat dimulai dengan merancang pemulihan keuangan, memperkirakan arus kas dalam jangka waktu yang lama (misalnya 3-36 bulan) dan menyiapkan rencana berkesinambungan.¹⁹ Dalam rangka pemulihan bisnis, menurut Wan Laura

¹⁶ “Pemulihan Ekonomi: Definisi, Jenis Dan Karakteristiknya,” accessed March 27, 2023, <https://cerdasco.com/pemulihan-ekonomi/>.

¹⁷ R. Asmini, A., Sutama, I. N. ., Haryadi, W., & Rachman, “Manajemen Business Cycle Sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Covid-19 : Suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat,” *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities* 1, no. 2 (2020): pt. 126, <https://journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/116>.

¹⁸ <https://www.cpaaustralia.com.au/tools-and-resources/business-management/business-recovery/tips-for-business-recovery>, diakses pada 16 September 2023

¹⁹ <https://www.business.qld.gov.au/running-business/risk/recovery-plan>, diakses pada 16 September 2023

Hardilawati dalam jurnalnya menyebutkan bahwa yang dapat dilakukan agar bisa memulihkan usaha, baik usaha dalam skala kecil hingga besar adalah sebagai berikut²⁰ :

a. Perbaiki kualitas produk dan pelayanan.

Sebagai cara untuk mengembalikan usaha yang menurun cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memperhatikan dimensi kualitas produk dan memperbaiki produk untuk semakin menambah kepercayaan dari konsumen. Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan dari suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini dirasa sangat penting untuk melakukan kualitas secara berkala dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Bentuk peningkatan kualitas produk yakni melakukan kontrol mutu produk lebih detail dan menjamin kebersihan dan keamanan produk. Karena penjualan sekarang lebih sering dilakukan secara *online*, pelaku usaha dapat menyesuaikan daya tahan produk dan kemasan penjualan harus lebih ditingkatkan.

Selain perbaikan kualitas produk, untuk dapat memulihkan usaha cara yang dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menambah jenis pelayanan seperti pesan antar dan pelayanan pembelian melalui online dan menggunakan *hotline* layanan khusus yang mudah diakses bagi para konsumen. Pelayanan yang seperti ini dapat membentuk kepercayaan konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas konsumen.

b. Digital marketing

Digital marketing merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media sosial. Pelaku bisnis dapat memaksimalkan perkembangan

²⁰ Wan laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika* 10, no. 1 (June 17, 2020): pt. 96, <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>.

digital guna mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih. Cara pemasaran digital yang sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha adalah dengan menggunakan media sosial seperti memasarkan produk melalui instagram, facebook, tik tok, dan masih banyak lagi. Selain itu, munculnya bisnis *start-up* yang ikut menjembatani para pelaku usaha dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk menjadi lebih luas. Bisnis Start-up ini diantaranya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Buka Lapak, dan lainnya.

Melalui digital marketing ini, para pelaku usaha dapat memanfaatkan lebih maksimal untuk bisa memulihkan keadaan bisnis yang tadinya terjadi penurunan yang drastis kemudian melalui digital marketing perlahan dapat pulih kembali seperti sedia kala.

c. *E-commerce*

E-commerce merupakan proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen. Adanya *e-commerce* dapat menjangkau dan memperluas lebih banyak konsumen dan pangsa pasar. *E-commerce* memiliki dampak langsung pada hubungan perusahaan atau pemasok, pelanggan, pesaing dan dapat dengan mudah melakukan pemasaran produk maupun mengadopsi cara pemasaran pelaku bisnis lainnya. Contoh *e-commerce* di Indonesia diantaranya Shopee, Lazada, Tokopedia, Buka Lapak, Gojek, Grab, Blibi.com dan masih banyak lagi. Tujuan dari penggunaan *e-commerce* tidak hanya memperluas pangsa pasar yang tadinya penjualan hanya terbatas di daerah tertentu saja, namun dengan *e-commerce* dapat menjangkau konsumen baru di berbagai daerah. Dari *e-commerce* para pelaku usaha dapat membangun relasi dan membangun konsep pasar baru dengan menggunakan sistem pemasaran yang lebih efektif dan menjadikan *e-commerce* juga sebagai media pembelajaran dengan melihat dan melakukan

observasi penjualan yang dilakukan oleh pesaing lainnya.

Dengan adanya *e-commerce* ini, pemulihan usaha diyakini akan lebih cepat karena mengingat bahwa dunia teknologi berkembang sangat cepat dan tidak dapat dipungkiri bahwa sekarang setiap orang pasti memiliki handphone yang selain digunakan untuk berkomunikasi pasti digunakan untuk kegiatan komersil.

d. *Customer Relationship Marketing*

Customer relationship marketing merupakan sebuah konsep dimana pelaku usaha menjalin hubungan jangka panjang dengan para pelanggan, yaitu dengan mempertahankan hubungan yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan yang dapat membangun transaksi ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan. Hingga pada akhirnya pelaku usaha menciptakan kepuasan bagi para pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal tidak akan berpindah ke yang lain karena sudah memiliki kepercayaan terhadap produk kita. Salah satu bentuk CRM yang dapat dilakukan yakni dapat dengan menunjukkan rasa kepedulian terhadap konsumen yang sedang mengalami kesulitan saat pandemi. Pelaku usaha dapat menunjukkan rasa kepedulian yang bertujuan dalam memasarkan produk, contohnya memberikan promo, memberikan diskon produk, atau memberikan bantuan kepada orang yang membutuhkan. Jadi disaat kondisi yang terpuruk, pelaku usaha tidak memikirkan diri sendiri, namun membangun hubungan pemasaran konsumen dengan menunjukkan kepedulian sosial. Cara seperti ini secara tidak langsung dapat membangun kepercayaan konsumen.

e. Permodalan

Modal sangat penting untuk diperhatikan, terutama dari segi perputaran modal maupun arus kas perusahaan, karena modal merupakan salah

satu faktor yang mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha. Hal ini sependapat dengan Mitha dalam jurnalnya yang menyebutkan kegiatan operasional perusahaan sangat berkaitan dengan pengelolaan modal. Modal perlu dikelola secara efektif dan efisien melalui perputaran arus kas, dan perputaran piutang. Sehingga dengan cara seperti ini perusahaan akan mencapai dan meningkatkan keuntungan dan profitabilitas perusahaan. Dengan demikian keberlangsungan hidup perusahaan akan tetap terjaga.²¹

3. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis kegiatan usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah guna penciptaan lapangan pekerjaan yang direncanakan baik oleh pemerintah, swasta, serta pelakunya usaha perseorangan.²²

Menurut penuturan Tambunan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan pengelolaannya dilakukan oleh perseorangan maupun badan usaha disemua sektor ekonomi.²³ Di Indonesia definisi UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Definisi tersebut ialah sebagai berikut :

²¹ Mitha Christina Ginting, "PERANAN MODAL KERJA DALAM MENINGKATKAN PROFITABILITAS," *JURNAL MANAJEMEN* 4, no. 2 (December 27, 2018): pt. 196, <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/41>.

²² Abdul Halim, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju," *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, no. 2 (2020): 159, <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP>.

²³ Tambunan, *Teori Ekonomi Makro* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2011), 22.

1. Usaha Mikro

Berdasarkan Undang-Undang ini yang dimaksud sebagai usaha mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dalam pengelolaannya dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Menurut Undang-Undang usaha kecil memiliki aset paling banyak Rp 50.000.000 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan pertahun paling besar Rp 300.000.000 juta.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang diharapkan mampu memberikan lapangan pekerjaan secara optimal dapat mengurangi adanya pengangguran. Dengan adanya pengembangan usaha dan pertumbuhan unit usaha baru pada sektor usaha besar atau usaha menengah akan membantu mensejahterahkan masyarakat dan meningkatkan pendapatan. Jenis usaha kecil ini memiliki nilai aset lebih dari Rp 50.000.000 juta sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki omset pendapatan pertahun dari Rp 300.000.000 juta sampai dengan maksimal Rp 2.500.000.000 milyar.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri baik dikelola secara perseorangan maupun badan yang bukan merupakan anak dari perusahaan maupun cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan aset yang dimiliki mencapai Rp 500.000.000 juta sampai dengan maksimal Rp 10.000.000.000 milyar dan omset penjualan pertahun dapat mencapai diatas Rp 2.500.000.000.000 milyar sampai paling tinggi Rp 50.000.000.000 milyar.

4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Pengertian secara umum UMKM merupakan usaha yang memproduksi barang dan jasa yang mendayagunakan bahan baku utama berasal dari sumber daya alam, bakat, serta karya seni daerah setempat. Dilihat dari sumber modalnya UMKM juga termasuk kelompok industri tradisional, industri kecil modern, serta industri kerajinan yang memiliki investasi modal mencapai Rp 70.000.000 juta kebawah. Menurut BPS, UMKM merupakan jebis usaha yang melibatkan tenaga kerja mulai dari 5 orang sampai dengan 19 orang.²⁴

b. Peran UMKM

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian memang sangatlah besar, terutama dalam pengembangan ekonomi lokal. Dari beberapa tahun setelah adanya krisis ekonomi di Indonesia, UMKM dinilai mampu bertahan serta membuka peluang kerja baru bagi para masyarakat. Perannya dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dalam hal penyerapan tenaga kerja sangat besar, sehingga mampu memberikan pertumbuhan pada pendapatan daerah.²⁵

Peran UMKM diantaranya :

1. Kedudukan UMKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sektor,
2. Menjadi pencipta pasar baru dan sumber inovasi,
3. Memanfaatkan bidang sumberdaya alam dan padat karya,
4. Berperan penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat,
5. Penyedia lapangan kerja yang terbesar.²⁶

²⁴ “UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah [JDIH BPK RI],” accessed March 1, 2023, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>.

²⁵ Halim, “Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju,” 164.

²⁶ Adnan Husada Putra, “Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora,” *Jurnal Analisa Sosiologi* 5, no. 2 (2016): 44.

Melihat peran UMKM yang begitu besar, pembangunan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah perlu menjadi prioritas utama pembangunan nasional dalam jangka panjang.

c. Tantangan UMKM

Adapun yang menjadi tantangan bagi UMKM berasal dari faktor intern dan faktor ekstern diantaranya :

1. Faktor Internal

a. Modal

Masih terbatasnya modal bagi UMKM merupakan salah satu tantangan yang perlu diperhatikan, karena modal ini menentukan keberlangsungan usaha tersebut.

b. Sumber Daya Manusia

Kurangnya kemampuan dalam manajerial seseorang berpengaruh terhadap UMKM itu sendiri, akibatnya pembagian kerja kurang proporsional dan perkembangan UMKM tidak bisa bergerak cepat untuk mengimbangi perkembangan industri yang lain.

c. Akuntabilitas

Sistem akuntansi dan administrasi pada UMKM sebagian masih belum dilakukan dengan baik.

2. Faktor Eksternal

a. Akses Infrastruktur

Dari segi infrastruktur, UMKM masih sangat terbatas, kebanyakan masih menggunakan peralatan yang tradisional.

b. Kebijakan pemerintah sektor UMKM

Aspek kebijakan pemerintah dalam hal ini sangat berpengaruh, ketika pemerintah menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan UMKM tentunya akan secara langsung berdampak kepada faktor internal pada UMKM.

c. Aspek Sosial Budaya dan Ekonomi

Aspek ini tanpa disadari juga berdampak pada UMKM, adanya perubahan dari aspek sosial budaya dan ekonomi mempengaruhi

keberlangsungan UMKM.²⁷

4. Peningkatan Perekonomian

a. Definisi

Pengertian dari peningkatan merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik, menurut KBBI sendiri peningkatan adalah cara, proses, perbuatan dengan tujuan peningkatan (kegiatan, usaha, dan sebagainya).²⁸ Sedangkan perekonomian berasal dari kata dasar ekonomi. Dari kata dasar tersebut berimbuhan per- dan –an sehingga menjadi kata perekonomian yang memiliki pengertian yaitu tindakan, cara ataupun aturan tentang mengelola ekonomi rumah tangga dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peningkatan perekonomian adalah cara maupun usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam mengatur perekonomian dengan tujuan untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan hidup.

Adanya peningkatan perekonomian merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan, tujuan utama dari adanya suatu pembangunan yaitu mengurangi tingkat kemiskinan, dengan demikian jika semakin tinggi peningkatan perekonomian biasanya makin tinggi pula tingkat kesejahteraan masyarakat. Adapun faktor yang mempengaruhi peningkatan perekonomian secara umum yaitu :

1. Sumber Daya Alam

Ketersediaan SDA yang melimpah merupakan hal yang sangat dibutuhkan untuk menunjang adanya pembangunan. SDA ini bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan warga dan komoditas dagang. Selain itu peran SDA terhadap ekonomi yaitu menaikkan produk domestik bruto. SDA merupakan sesuatu yang

²⁷ Hikmah Mauli Siagian, Putu Hari Kurniawan, “Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Batam,” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2019): 267.

²⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi Keempat* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 1470.

berhubungan langsung dengan kegiatan operasional perusahaan seperti produksi. Kegiatan produksi erat kaitannya dengan bahan baku menyebabkan perusahaan perlu melakukan langkah yang tepat guna mempergunakan SDA tersebut. SDA yang dikelola secara optimal secara langsung meningkatkan kegiatan produksi, untuk itu perusahaan perlu memastikan bahwa ketersediaan supply bahan baku yang dipergunakan harus terjamin dan dikelola secara optimal. Bahan baku berperan penting dalam kegiatan produksi karena turut menentukan perhitungan usaha, produktivitas, serta penerimaan pendapatan perusahaan.²⁹

2. Sumber Daya Manusia

Manusia merupakan bagian terpenting dalam pertumbuhan ekonomi manusia menjadi pengelola sumber daya alam yang semula dari barang mentah menjadi barang siap pakai. Diperlukan manusia dengan kompetensi dan keseriusan dalam melakukan hal tersebut. Oleh karena itu diperlukan kompetensi khusus yang dapat mengelola SDA agar sesuai dengan kebutuhan pembangunan ekonomi.

SDM berkaitan langsung dengan perusahaan terutama pada produktivitas kerja para karyawan diperusahaan. Produktivitas ini menentukan perusahaan untuk berkembang, semakin baik pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan maka produktivitas kerja karyawan akan semakin meningkat. Adapun hal yang mendorong produktivitas yakni loyalitas karyawan, kejujuran, kepemimpinan, kerjasama, serta dedikasi karyawan dalam suatu perusahaan.³⁰

²⁹ Muhammad Yasman Suudi and Eddy Sanusi S, "PENGARUH BAHAN BAKU DAN MANAJEMEN RANTAI PASOKAN TERHADAP PROSES PRODUKSI PT. NIRO CERAMIC NASIONAL INDONESIA," *Jurnal Ekonomi Dan Industri* 22, no. 1 (April 19, 2021), <https://doi.org/10.35137/jei.v22i1.528>.

³⁰ D. Rusminingsih, "PENGARUH PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. CAKRA GUNA CIPTA MALANG," *Jurnal Ekonomi Modernisasi*,

3. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Untuk meraih pertumbuhan ekonomi yang berhasil, keberadaan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat berperan didalamnya. Adanya teknologi membantu manusia untuk memudahkan proses pengelolaan SDA agar dimanfaatkan secara optimal. Ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan dua unsur yang berbeda namun tetap menjadi satu kesatuan guna menunjang pertumbuhan ekonomi.

Selain itu peran teknologi bagi suatu perusahaan yakni sebagai media perusahaan untuk bisa melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran barang dan jasa.³¹ Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi yang semakin canggih ini untuk alat promosi guna memaksimalkan adanya penjualan. Sehingga pemasaran dilakukan secara efektif dan efisien serta lebih meningkatkan pendapatan perusahaan.

4. Sistem Sosial

Faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi yaitu sistem sosial yang berada di masyarakat. Keberadaan sistem sosial di masyarakat dapat menjadi pendorong maupun penghambat pertumbuhan ekonomi. Karena kemajuan pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat terlihat dari budaya yang dimiliki negara tersebut.

Sistem sosial ini juga dapat mempengaruhi pada berhubungan dengan keberlangsungan usaha. Sebuah inovasi yang dilakukan oleh perusahaan mengikuti dari sistem sosial yang tengah beredar di masyarakat.³² Karena tidak dapat dipungkiri bahwa budaya yang berkembang memaksa para perusahaan untuk bisa berinovasi terhadap perubahan dengan

6, no. 1 (2010): 22–40, <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/29>.

³¹ Ahyuna, M. Djabir Hamzah, and M. Najib HM, “Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran,” *Jurnal Komunikasi KAREBA* 2, no. 1 (2013): 30–40, <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/346>.

³² <https://pamsimas.pu.go.id/inovasi-dalam-pemberdayaan-masyarakat/>, diakses pada 1 Oktober 2023

sangat cepat. Inovasi dianggap penting oleh perusahaan dengan tujuan untuk mempertahankan ketertarikan dari masyarakat.

5. Sistem Pemerintah/Kebijakan Pemerintah (pinjaman dana bank)

Sistem pemerintah merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan perekonomian suatu negara karena sistem pemerintahan membentuk sistem ekonomi pula jadi keduanya sangat erat kaitannya. Sistem pemerintahan yang baik maka pembangunan berjalan lancar, sebaliknya sistem pemerintahan yang buruk akan berdampak ada pertumbuhan ekonomi pula.³³

Sistem penyelenggaran ekonomi yang diatur oleh negara juga berkaitan dengan tingkat kesejahteraan bagi masyarakat. Sistem pemerintahan tidak boleh memberatkan maupun menguntungkan salah satu pihak. Adapun hal yang diatur pemerintah dalam ekonomi negara yakni terkait dengan sistem Pendapatan Asli Daerah seperti pajak daerah, retribusi, pemerintah juga berwenang menentukan adanya kebijakan terkait dengan dunia perbankan.³⁴ Perbankan ini juga memainkan peran penting dalam menunjang sektor perekonomian Indonesia seperti perdagangan, industri, dan jasa. Melalui penyaluran kredit dan produk-produk keuangan, seperti pinjaman dana. Pinjaman dana ini yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam membiayai aktivitas mereka dan membantu memperkuat perekonomian Indonesia.

5. Pasca Pandemi Covid-19

a. Pandemi Covid-19

Bermula dari Tiongkok, Cina, virus jenis baru ini seketika menyebar ke berbagai belahan dunia dan

³³ Berau Tety Marini, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Dan Tingkat Kemiskinan Di Kabupaten Berau," *Inovasi* 12, No. 1 (May 28, 2016): 114, <https://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Inovasi/Article/View/823>.

³⁴ <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/profil/governance/process.aspx>, diakses pada 1 Oktober 2023

menyebabkan munculnya penyakit yang bernama *coronavirus disease* 2019 atau yang disebut juga Covid-19. Untuk pertama kali pada tanggal 11 Maret 2020 Pandemi Covid-19 WHO mengumumkan telah terjadi penyebaran di seluruh dunia. Kemudian pada tanggal 2 Maret 2020 Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa Indonesia telah terjadi penyebaran virus tersebut. Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) juga secara tegas menyebutkan bahwa Covid-19 merupakan bencana non alam ditingkat Nasional, dibanding dengan wabah SARS yang pernah terjadi di Indonesia. Penyebaran Covid-19 diperkirakan lebih cepat daripada SARS dan MERS.³⁵

Indikasi terkena Covid-19 yakni diantaranya muncul gangguan pernafasan, demam tinggi, batuk dan sesak nafas. Penyakit jenis ini merenggut nyawa banyak orang, diperkirakan sampai akhir tahun 2022 kasus terkonfirmasi Covid-19 mencapai 6.738.520 dengan kasus meninggal 160.966 jiwa.³⁶ Penyebaran virus ini keseluruhan Indonesia terjadi melalui percikan air liur orang yang terinfeksi, menyentuh tangan atau wajah orang yang terinfeksi, dan dapat menular melalui tinja atau feses.

Pencegahan infeksi Covid-19 yang bisa dilakukan untuk mengurangnya diantaranya sering mencuci tangan dengan sabun setelah beraktivitas atau setelah dari luar rumah, jangan menyentuh wajah, hidung ataupun mulut saat kondisi tangan sedang kotor, hindari kontak fisik terlalu dekat dengan orang yang sedang terkena penyakit, mengkonsumsi vitamin untuk meningkatkan daya tahan tubuh, menjaga pola makan yang seimbang dan sehat, serta yang terpenting gunakan masker dan segera berobat ke fasilitas kesehatan ketika mengalami gejala penyakit saluran pernafasan.³⁷

³⁵ Eka Avianti Ayuningtyas Aufik, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online," *Pengembangan Wiraswasta* 22, no. 1 (2020): 22.

³⁶ "Infeksi Emerging Kementerian Kesehatan RI," accessed March 10, 2023, <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/dashboard/Covid-19>.

³⁷ "Virus Corona - Gejala, Penyebab, Dan Pengobatan | Halodoc,"

b. Dampak Pandemi Covid-19

Dilihat dari persebaran virus Covid-19 yang begitu cepat dan pemerintah telah menetapkan virus ini menjadi status pandemi. Pemerintah mengambil kebijakan untuk melakukan *social distancing* untuk membatasi interaksi manusia dan menghindari masyarakat dari kerumunan. Adanya *social distancing* ini berdampak pada penutupan ruang terbuka untuk masyarakat seperti taman bermain, daerah wisata, dan sekolah terpaksa dilakukan secara *online* dari rumah demi menghindari adanya kerumunan.³⁸

Kebijakan *social distancing* ini sangat berdampak langsung pada perekonomian Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang bermula 5,4% turun menjadi 2,5%. Dampak dari Covid-19 ini dirasakan sangat rentan bagi kelompok usaha seperti pedagang kaki lima, para buruh, petani serta masyarakat miskin. Pengaruh Covid-19 di bidang ekonomi paling nyata yaitu banyaknya para karyawan yang dirumahkan kemudian di PHK (Pemutusan Hubungan Karyawan). KemNaker mencatat jumlah pekerja yang terkena PHK ditengah pandemi Covid-19 sejauh ini mencapai 2,9 juta.³⁹

Kebijakan yang diterapkan pemerintah untuk mengatasi melebarinya pandemi Covid-19 menyebabkan dampak kepada para pelaku UMKM diantaranya⁴⁰ :

1. Produksi dan distribusi usaha

Selama beberapa bulan setelah pandemi Covid-19 70% UMKM menyatakan telah menghentikan proses produksi. Hal tersebut sesuai dengan survei

accessed March 10, 2023, <https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus>.

³⁸ Christina Purbawati dkk, "Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona," *Jurnal Ilmiah Muqoddimah* 4, no. 2 (2020): 157.

³⁹ "Kemaker Sebut 2,9 Juta Pekerja Dirumahkan Dan Kena PHK," accessed March 10, 2023, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200501182722-92-499300/kemaker-sebut-29-juta-pekerja-dirumahkan-dan-kena-phk>.

⁴⁰ Safira Aliyani Firdaus et al., "Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal," *OECONOMICUS Journal of Economics* 5, no. 1 (December 29, 2020): pt. 55, <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>.

yang dilakukan oleh Organisasi Buruh Internasional (ILO) Indonesia bersama dengan kontituen dan mitra pelaksana terhadap 571 perusahaan yang terdampak Covid-19. Pelaku UMKM menghentikan proses produksinya dikarenakan permintaan pasar mengalami penurunan drastis semenjak Covid-19 mulai masuk ke Indonesia, sementara itu sebanyak 26,7% UMKM yang bertahan meski menghentikan proses produksinya untuk sementara waktu. Bahkan ada UMKM yang membatasi produksi dengan jumlah yang lebih kecil daripada sebelum terjadinya Covid-19.

2. Penjualan

Akibat adanya PSBB yang diterapkan untuk mencegah penyebaran virus Covid-19, penjualan UMKM menurun drastis. Pada situasi ini terdapat sekitar 37.000 UMKM melapor hotline call center Kemenkop UMKM. Ada sekitar 56% dari pelaku UMKM yang mengeluhkan penurunan penjualan yang signifikan.⁴¹

3. Pola pemasaran

Selama pandemi Covid-19 kegiatan pemasaran tidak dapat berjalan dengan baik karena pangsa pasar yang sepi dan berkurang akibat pemberlakuan PSBB di berbagai wilayah Indonesia, sehingga para pelaku UMKM harus menutup tokonya bahkan sampai merumahkan sebagian karyawannya. Pandemi Covid-19 mengakibatkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen, meskipun beberapa pelaku UMKM juga menyediakan secara online namun tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak konsumen yang lebih senang berbelanja secara offline.

4. Permodalan

Pandemi Covid-19 para pelaku UMKM mengalami kendala permodalan, hal ini dikarenakan

⁴¹ Aknolt Kristian Pakpahan, "COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 18, no. 1 (2020): 59–64.

kredit usaha yang diambil pelaku UMKM mengalami kemacetan sehingga dibutuhkan suntikan dana terkait permodalan. Terganggunya kegiatan ekonomi akibat pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi pelaku usaha UMKM yang mempunyai pendanaan atau permodalan yang kecil atau terbatas.

5. Bahan Baku

Sejak pandemi Covid-19 berlangsung bahan baku yang dibutuhkan UMKM mengalami kesulitan dalam memperolehnya. Hal tersebut dikarenakan melambatnya impor salah satunya pada bagian bahan pangan. Bahkan sebelum adanya Covid-19, permasalahan UMKM juga tidak terlepas dari adanya keterbatasan akses terhadap bahan baku, sehingga UMKM mau tidak mau memperoleh bahan baku dengan kualitas rendah.

6. Jam Kerja Karyawan

Penurunan produksi menyebabkan terjadinya pengurangan jam karyawan. Terlebih lagi untuk bagian proses packing, saat adanya Covid-19 karena produksi jenjang berkurang otomatis, bagian packing tidak dapat bekerja dan terpaksa sementara diliburkan terlebih dahulu. Dari hasil penelitian ada beberapa karyawan yang menyatakan bahwa pengurangan jam kerja karyawan berpengaruh terhadap pendapatan yang semakin berkurang. Hal ini menyebabkan gangguan terhadap aktivitas mereka baik dari segi sosial maupun perekonomian.⁴²

c. Era *New Normal*

New Normal merupakan masa peralihan perilaku yang mana akan tetap melakukan dan menjalankan aktivitas normal seperti biasa namun tetap menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah perluasan adanya Covid-19. Prinsip utama memasuki fase *new normal* adalah beradaptasi dengan aktivitas dan pekerjaan, sebisa mungkin mengurangi kontak fisik dengan orang lain, menghindari kerumunan serta masih melakukan

⁴² Sarini, Wawancara oleh Penulis, 22 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip

kegiatan belajar secara daring.⁴³

Kondisi *new normal* juga berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Melalui *new normal*, pemerintah dan masyarakat bersinergi untuk mengembalikan kondisi perekonomian dan sosial masyarakat. Pemerintah menargetkan, pertumbuhan ekonomi Indonesia bisa tetap positif pada kuartal II dan kuartal III 2020 di ambang 2,3 % sampai 2,5%. Penerapan *new normal* diharapkan menyokong pertumbuhan ekonomi tersebut. Dengan beroperasinya sektor industri, perekonomian dapat memulai kembali dan memperbaiki pertumbuhan ekonomi.⁴⁴

6. Strategi *Recovery* UMKM Dalam Meningkatkan Perekonomian Pasca Pandemi Covid-19

Dampak pandemi Covid-19 menyebar dengan sangat cepat dan luas dalam waktu yang singkat, bukan hanya dibidang kesehatan namun bidang ekonomi terdampak cukup parah. Indonesia merupakan salah satu negara yang merasakan dampak perekonomian yang makin menurun akibat dari pandemi ini.

Pandemi Covid-19 memunculkan beberapa masalah bagi para pelaku UMKM yaitu akibat adanya pembatasan sosial besar-besaran sangat mengganggu kegiatan operasional yang mengandalkan interaksi langsung dan ini menyebabkan pada penurunan pendapatan yang diterima UMKM. Meski saat ini pemerintah sudah tidak lagi melakukan pembatasan aktivitas di luar rumah, akan tetapi UMKM masih perlu beradaptasi dengan adanya *new normal*.

Era *new normal* memberikan peluang dan tantangan bagi pelaku UMKM untuk kembali membangun usahanya

⁴³ Abdul Sadad dkk, "Sosialisasi Adaptasi Kebiasaan Baru Di Era New Normal Sejak Dini Melalui Pengabdian Masyarakat Di SDN 026 Kelurahan Pematang Reba," *Maspul Jurnal Of Community Empowement* 4, no. 2 (2022): 342.

⁴⁴ "Menyelamatkan Ekonomi Indonesia Melalui Penerapan New Normal," accessed March 11, 2023, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200616191535-297-514013/menyelamatkan-ekonomi-indonesia-melalui-penerapan-new-normal>.

yang sempat terpuruk karena adanya pembatasan beraktivitas. Pelaku UMKM harus menemukan strategi yang tepat dalam upaya bertahan maupun bangkit dari keterpurukan.

Strategi yang dilakukan UMKM dalam meningkatkan perekonomian akibat pandemi Covid-19 ini tidak sama dengan krisis keuangan yang pernah menimpa Indonesia sebelumnya. Krisis keuangan membuat daya beli menurun secara signifikan, sedangkan Covid-19 ini menyebabkan masyarakat menahan daya beli akibat kebijakan pemerintah PSBB guna keselamatan bersama. UMKM secara langsung merasa terpuruk akibat kebijakan yang dikeluarkan pemerintah agar menghimbau para masyarakat untuk ditiadaknya mudik/pulang kampung. Karena dampak yang dialami UMKM sangat besar banyak diantaranya yang memutuskan menutup usaha.⁴⁵

Perekonomian pada suatu negara menjadi salah satu syarat terbentuknya kondisi stabil tidaknya pertumbuhan ekonomi masyarakat, aktivitas pertumbuhan ekonomi ditandai dengan adanya peningkatan ataupun penurunan pencapaian kinerja perekonomian. **Penelitian Terdahulu**

Adapun sejumlah penelitian terdahulu yang hubungan terkait strategi *recovery* UMKM dalam meningkatkan perekonomian pasca Covid-19 .

No	Penelitian dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	W.Widiastuti, A. Handayani, dan A.Hermawan, <i>Jurnal IOP Conference Series: Earth and Environmental Science</i>	<i>Spatial Distribution on Recovery Strategy Due to The Impact of The Covid-19 Pandemic on The Conditions of Micro Small</i>	Berdasarkan dari hasil penelitian diatas bahwa strategi pemulihan ekonomi sektor Jawa Tengah dengan memanfaatkan kekuatan

⁴⁵ Ririn Noviyanti Putri Fakhru Rozi Yamali, "Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia," *Journal of Economics and Business* 4, no. 2 (2020): 387.

		<i>Medium Enterprises (MSME's) in Central Java Province, Indonesia</i>	UMKM penghasil barang dan jasa konsumsi yang dekat dengan kebutuhan masyarakat kekuatan dan peluang berupa dibukanya kembali pusat perdagangan dan pariwisata bersifat jangka pendek.
	<p>Persamaan dan Perbedaan :</p> <p>Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19.</p> <p>Sedangkan perbedaan pada penelitian yang sekarang terletak pada pembahasan studi kasus yang mengambil objek secara lebih spesifik yang menelaah lebih dalam mengenai strategi <i>recovery</i> UMKM dalam meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19.</p>		
2	Asmini dkk, <i>Indonesian Journal of Social Science and Humanities</i> , Vol 1 No. 2 Thn 2020	Manajemen <i>Business Cycle</i> Sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Pandemi Covid-19 : Suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat.	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Asmini yang mendeskripsikan tentang manajemen <i>business cycle</i> yang digunakan untuk dasar mencari peluang usaha pasca pandemi Covid-19 yang

			kemudian menciptakan strategi pemulihan yang tepat pada perekonomian masyarakat
	Persamaan dan Perbedaan : Persamaan dari penelitian ini yaitu keduanya membahas mengenai strategi pemulihan ekonomi terutama pasca pandemi. Perbedaan penelitian terlihat bahwa Asmini membahas mengenai manajemen <i>bisness cycle</i> yang digunakan untuk mencari peluang usaha pasca pandemi, sedangkan penelitian yang sekarang lebih membahas mengenai strategi recovery UMKM dalam meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19.		
3	Angelina C Assadkk, <i>Productivity Journal Of Administrasi Bisnis Universitas Sam Ratulangi</i> , Vol 4 No. 3 Tahun 2023	Strategi Pemulihan UMKM Yang Terdampak Covid-19 di Kota Manado	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Angelina dkk menggunakan teori RBV dan menggunakan sampel rumah makan sebagai studi kasus menyebutkan bahwa dalam melakukan strategi pemulihan usaha dengan memperkuat sumber daya yang ada dan memanfaatkan teknologi.

	<p>Persamaan dan Perbedaan :</p> <p>Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai strategi yang dilakukan UMKM dalam mengembangkan usaha setelah adanya Covid-19.</p> <p>Perbedaan pada penelitian yang sekarang yaitu pada pembahasan, dari penelitian Angelina dkk membahas mengenai strategi pemulihan UMKM yang terdampak Covid di Kota Manado, sedangkan peneliti membahas mengenai strategi recovery UMKM dalam meningkatkan perekonomian pasca pandemi Covid-19 dengan studi kasus di usaha dagang Jenang Karomah Kudus.</p>		
4	<p>Jon Kenedi, Syamsul Amar, dkk, <i>Proceeding Medan International Conference on Economic and Business</i>, Vol. 1 Tahun 2023</p>	<p><i>Business Recovery Strategy in Post-Covid-19 Economic Turbulence: a Riview</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah harus memberikan stimulus fiskal untuk mendorong kewirausahaan berbasis start-up dan memulihkan wirausaha yang sudah ada melalui penciptaan nilai yang lebih baik melalui peningkatan produktivitas agar mampu memasarkan produk dan jasa.</p>
	<p>Persamaan dan Perbedaan :</p> <p>Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai strategi UMKM pasca</p>		

	<p>pandemi Covid-19. Sedangkan perbedaan pada penelitian yang sekarang yaitu terletak pada pembahasan yaitu pada penelitian Jon Kenedi dkk lebih mengkaji mengenai peran pemerintah saat berakhirnya Covid-19 sedangkan pada peneliti disini lebih melihat adanya recovery yang dilakukan UMKM dimasa pasca pandemi Covid-19.</p>		
5	<p>Fadilah Nur Azizah, Igo Fadilah Ilham dkk, <i>OECONOMICUS Jurnal Of Economics</i>, Vol 5 No 1, Desember 2020.</p>	<p>Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat <i>New Normal</i></p>	<p>dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa perlu adanya langkah tepat, cepat dan nyata dari pemerintah maupun pelaku usaha menanggulangi kerugian yang telah terjadi akibat pandemi serta melakukan pembaharuan dan evaluasi mengenai siklus usaha mengikuti keadaan yang tengah terjadi agar usaha dapat terus bertahan dan berkembang.</p>
	<p>Persamaan dan Perbedaan : Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai strategi UMKM dalam memulihkan perekonomian pasca pandemi Covid-19. Perbedaan pada penelitian yang sekarang yaitu terletak pada pembahasan, serta terletak pada objek</p>		

penelitian dimana pada penelitian yang dilakukan Fadilah dilakukan pada UMKM secara luas sedangkan peneliti mengambil objek secara spesifik.
--

B. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dalam metode penelitian kualitatif merupakan suatu model konseptual yang menggabungkan antar variable dalam suatu penelitian serta tercipta dari berbagai macam teori, pustaka, dan hasil penelitian terdahulu yang dideskripsikan maupun dianalisis secara sistematis sehingga menghasilkan hubungan antar variable yang diteliti. Selain itu, kerangka pikir merupakan jalur pemikiran yang dirancang berdasarkan kegiatan peneliti yang dilakukan.⁴⁶

Untuk memudahkan dan memperjelas arah penelitian secara umum, maka perlu diuraikan konsep pemikiran dalam penelitian ini agar dapat mendeskripsikan mengenai strategi *recovery* UMKM dalam meningkatkan perekonomian pasca Covid-19.

Pada penelitian ini mengkaji dampak Covid-19 terhadap usaha dagang Jenang Karomah Kudus sebagai salah satu UMKM yang terdampak dari adanya Covid-19. Dampak yang dirasakan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus juga berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat yang ada disekitar daerah tersebut. Beberapa kebijakan, seperti strategi maupun perencanaan ulang perlu dilakukan oleh usaha dagang Jenang Karomah Kudus dalam rangka memulihkan keadaan dari adanya dampak Covid-19. Hal ini agar nantinya dapat mempertahankan usahanya dan perekonomian akan tetap stabil meskipun dalam kondisi yang buruk.

⁴⁶ Ningrum Ningrum, "Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan Masalah (Problem Solving) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genap Man 1 Metro Tahun Pelajaran 2016/2017," *Promosi (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 5, no. 2 (November 30, 2017): 148, <https://doi.org/10.24127/ja.v5i2.1224>.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

