



**STRATEGI MEMPERTAHANKAN USAHA EMPING
MELINJO DITENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS
PADA USAHA EMPING MELINJO DI DESA KEBARONGAN,
KECAMATAN KEMRANJEN)**

Regina Husna Rasendrya¹, Hastin Tri Utami²

¹ UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto

² UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, Purwokerto

Korespondensi Penulis. E-mail: reginahusna18@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul Strategi Mempertahankan Usaha Emping Melinjo ditengah Pandemi Covid-19 (Studi kasus pada usaha emping melinjo di desa Kebarongan, kec.Kemranjen) Pandemi covid-19 memberikan dampak yang begitu besar terhadap sektor ekonomi terutama UMKM. Apalagi UMKM memiliki peran yang cukup strategis bagi perkembangan ekonomi nasional. Maka dari itu perlu adanya strategi yang bisa membuat mereka terus bertahan dan meningkatkan kembali omset pendapatan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM di Desa Kebarongan dalam mempertahankan usahanya. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM emping melinjo yang ada di Desa Kebarongan semenjak adanya pandemi Covid-19 awalnya mengalami penurunan pendapatan, namun mereka berhasil bangkit dan mempertahankan usahanya meski pendapatan mereka belum bisa kembali seperti semula. Strategi usaha yang digunakan para pelaku UMKM emping melinjo dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 ditempuh dengan cara memasarkan produk melalui media sosial, melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain, dan meningkatkan kualitas produk emping melinjo.

Kata Kunci: Strategi bertahan, UMKM, Pandemi Covid-19



1 Pendahuluan

Pandemi covid-19 yang melanda hampir seluruh negara didunia sejak tahun 2020 lalu berakibat terhadap sebagian besar sektor terutama di sektor ekonomi. Perekonomian akibat covid-19 ini dirasakan oleh seluruh dunia secara global tidak hanya Indonesia. Di Indonesia mempunyai pengaruh yang sangat relevan terhadap UMKM. Menurut data terbaru per tanggal 10 Maret 2021, sudah 1.392.945 kasus covid-19 yang terjadi di Indonesia. Dampak adanya pandemi covid-19 ini secara langsung dapat dilihat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja yang dilakukan di beberapa perusahaan serta terjadi penutupan beberapa usaha sehingga para karyawan harus dirumahkan. Banyak pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat pandemic covid-19.

Sektor yang paling terpuruk karena adanya Covid-19 adalah UMKM, menyatakan bahwa terdapat sekitar 96% UMKM yang mengalami dampak negatif pada bisnisnya dan 75% diantaranya mengalami penurunan terhadap penjualan produknya. Di Indonesia UMKM memiliki peran strategis dan pengaruh yang besar bagi perkembangan ekonomi nasional dengan jumlah 64.194.057 pada tahun 2018 dengan memperkerjakan sekitar 116.978.631 tenaga kerja (Hardilawati, 2020). Kontribusi UMKM terhadap PDB pada tahun 2012 tercatat mencapai angka 59,08% dan hingga pada tahun 2018 mencapai angka 60%, total kontribusi tersebut merupakan akumulasi yang berasal dari semua sektor ekonomi UMKM. (Aliyani Firdaus et al., 2020)

Ditengah pandemi Covid-19 rata-rata UMKM merasakan dampaknya seperti mengalami penurunan omset dan bahkan ada yang sampai menutup usahanya. Meskipun begitu, masih terdapat UMKM yang bisa tetap menjalankan usahanya di tengah pandemi dan bahkan usahanya tergolong stabil dan bisa melakukan penyesuaian diri selama pandemi ini. Pandemi Covid-19 telah membuktikan bahwa UMKM berperan penting terhadap perekonomian Indonesia. Sektor UMKM dinilai paling tinggi tingkat rentannya terhadap pandemi ini karena pada umumnya UMKM berpenghasilan dari perputaran dagangan yang dilakukan setiap hari. Ketika UMKM tidak mampu



lagi menopang krisis ekonomi akibat pandemi ini, perekonomian Indonesia turun drastis selain akibat dari industri pariwisata dan manufaktur. Untuk itu perlu adanya strategi bertahan yang tepat agar mampu mempertahankan kelangsungan usahanya.

Strategi bertahan (Survival Strategy) perlu dilakukan dalam menghadapi kondisi baru di era pandemi Covid-19 ini. Adapun yang dimaksud dengan strategi bertahan merupakan usaha yang dilakukan dengan rencana oleh individu atau kelompok untuk memperoleh tujuan yang diinginkan serta untuk memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi. Dalam hal ini berupa perbuatan atau tindakan. (Masturi et al., 2021)

Seperti halnya dengan UMKM emping melinjo di Desa Kebarongan, para pelaku usaha UMKM emping melinjo di Desa Kebarongan terus berupaya untuk memulihkan kembali usaha mereka. Karena selama adanya pandemi mereka mengalami penurunan produksi yang berakibat penurunan pendapatan. Oleh karena ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi usaha seperti apa yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Kebarongan.

1.1. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Bagaimana strategi UMKM pelaku usaha Emping Melinjo di desa Kebarongan pada masa pandemi.

1.2. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi usaha seperti apa yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Kebarongan khususnya ketika pandemi *Covid-19* Melanda.



2 Metode

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Intinya, penelitian ini berupaya menggambarkan kondisi faktual yang diperoleh dari hasil pengolahan data secara kualitatif. Adapun pendekatan yang digunakan yaitu Pendekatan Pendekatan fenomenologi, yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami suatu fakta gejala-gejala maupun peristiwa yang bentuk keadaannya dapat diamati dan dinilai lewat kacamata ilmiah, pendekatan ini digunakan untuk mengungkapkan fakta-fakta, gejala maupun peristiwa secara obyektif yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Pendekatan penelitian di atas adalah pendekatan yang paling tepat digunakan karena bersifat acuan, sosial dan objektif. Di dalam mengungkap berbagai macam hal yang berdasarkan dengan objek dan masalah penelitian.

2.2. Sumber Data.

Sumber data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan yang erat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti, dan menggunakan data sekunder, merupakan sumber data yang tidak langsung dari informan atau data tambahan yang digunakan yang berupa dokumenter yang bersumber dari buku-buku, hasil-hasil penelitian, jurnal, majalah, media cetak, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam hal ini segala sumber informasi media di atas yang mendukung kerja peneliti. (Saifuddin Azwar, 2004, h. 91)

2.3 lokasi dan waktu penelitian

Adapun lokasi Penelitian pada penelitian ini yaitu dilakukan di Desa Kebarongan kec. Kemrajen kab. Banyumas Propvinsi Jawa Tengah. Adapun pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2021.



2.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis yang kemudian dilakukan pencatatan oleh peneliti sesuai dengan format yang diobservasikan. (Joko Subagyo, 199: h. 63). Observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah mengenai praktik UMKM yang ada di desa Kebarongan, kemudian melakukan perbandingan terkait dengan unsur-unsur yang terkait dengan tema penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Lexy J. Moleong, 2006: h. 186) Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai pihak-pihak yang dianggap relevan dengan penelitian ini, terutama yaitu pelaku usaha dan sebagai penguat dari hasil wawancara tersebut maka peneliti juga mengkonfirmasi data melalui informanyang bterkait di desa Kebarongan agar wawancara lebih valid peneliti merekam hasil wawancara untuk keperluan pengolahan data. Mekanisme wawancara dilakukan dengan cara wawancara terarah (*guided interview*) yang dilakukan secara individual yakni wawancara peneliti dengan informan yang ada di desa Kebarongan.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi merupakan pelengkap dalam penelitian kualitatif setelah teknik observasi dan wawancara. Dokumentasi adalah cara mendapatkan data dengan



mempelajari dan mencatat buku-buku, arsip atau dokumen, foto, dan hal-hal yang terkait dengan objek penelitian. (A. Kadir Ahmad, 2003 : h. 106).

Sampai kepada dalam bentuk pengumpulan data, reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

2. Hasil dan Pembahasan

Usaha emping melinjo yang digeluti masyarakat desa Kebarongan merupakan usaha turun temurun. Mereka menekuni usaha ini sejak tahun 1990-an. Usaha yang mereka jalankan masih menggunakan teknologi produksi yang serhana. Alat yang digunakan masih alat sederhana berupa palu untuk menumbuk melinjo dan juga batu alas yang sudah diratakan sebagai alas untuk menahan emping melinjo tersebut. Pembuatan emping tidak selalu dikerjakan karena mereka membuat emping ketika ada pesanan dari pengepul atau sudah menjadi langganan pengepul tersebut. Selain kepada pengepul produk emping melinjo ini juga dipasarkan secara langsung ke pasar tradisional.

Sejak adanya pandemi produksi emping mengalami penurunan bahkan pernah tidak melakukan produksi selama dua bulan lamanya. Kondisi ini tentu saja memberikan dampak secara langsung terhadap keberlangsungan usaha mereka. Oleh karena itu, mau tidak mau mereka harus mulai beradaptasi dan menata kembali usaha mereka yang sempat mengalami penurunan produksi akibat pandemi ini. Berikut adalah tabel banyaknya produksi emping melinjo sebelum dan selama pandemi:



Tabel 1 Produksi Emping Per Minggu

No	Nama	Sebelum Pandemi	Adanya pandemi
1.	Ibu Rusmini	50-60 kg	30 kg
2.	Ibu Suti	50-60 kg	35 kg
3.	Ibu Rusti	70-100 kg	50 kg
4.	Ibu Tumini	60-80 kg	40 kg

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa hampir semua usaha emping melinjo di desa Kebarongan mengalami penurunan produksi selama pandemi. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan tersebut. Menurut mereka penurunan omzet penjualan terjadi karena tiga faktor, yaitu

- 1) Adanya pandemi covid-19 menyebabkan permintaan pasar menurun karena tutupnya pasar dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)
- 2) Banyaknya pesaing produk sejenis dalam persaingan usaha
- 3) Harga bahan baku yang naik selama pandemi

Oleh karena itu, para pelaku usaha emping melinjo mencoba untuk melakukan strategi untuk mempertahankan usaha mereka. Adapun usaha yang dapat dilakukan adalah:

- 1) Penjualan produk melalui media sosial

Cara pelaku usaha emping untuk memperluas pasarnya adalah dengan menjual produk mereka melalui media sosial. Bersamaan dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) hampir diseluruh daerah di Indonesia membuat para produsen kesulitan untuk memasarkan dan menjual produknya. Sehingga salah satu jalan yang dapat dilakukakn untuk mempertahankan usaha mereka dan memperluas jangkauan sasaran pasar adalah dengan memanfaatkan media sosial. Pelaku



usaha emping di Desa Kebarongan memasarkan produknya melalui media sosial *Facebook* dan *WhatsApp story*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rosmadi (2021), pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui internet dan sosial media merupakan strategi yang tepat untuk memasarkan hasil produksi tanpa batas dengan tetap memperhatikan neraca keuangan perusahaan. Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang tepat selain dapat mempertahankan kelangsungan usaha kecil juga dapat memperluas jaringan pemasaran yang berdampak positif bagi pertumbuhan dan perkembangan usaha kecil di masa yang akan datang.

2) Melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain

Kerjasama promosi yang dilakukan adalah dengan meminta bantuan kepada teman atau saudara untuk bisa ikut membantu mempromosikan usahanya melalui media sosial yang mereka miliki. Untuk selanjutnya mereka akan berbagi keuntungan bilamana barang dagangan yang dipromosikan laku dijual. Dengan harapan semakin banyak yang mempromosikan semakin banyak produk yang dikenal dan laku, karena kemampuan promosi melalui media sosial tentunya terbatas pada teman atau kontak yang dimiliki. (Hariyani, 2021)

3) Memperbaiki kualitas produk

Menurunya kepercayaan konsumen akibat pandemi terhadap produk yang di pasarkan membuat para pelaku usaha mengalami kerugian bahkan mengalami penurunan pendapatan. Cara yang bisa dilakukan pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk diantaranya dengan selalu melakukan pengecekan terhadap kualitas produk, selain itu pelaku usaha harus selalu memastikan kebersihan dan keamanan produk yang dipasarkan. Selain itu produsen UMKM harus dapat menjamin ketahanan produk dan kemasan karena penjualan sekarang banyak dilakukan secara online.



3. Simpulan

Kondisi usaha emping melinjo yang ada di Desa Kebarongan akibat adanya pandemi Covid-19 pada awalnya mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis, namun mereka mampu untuk bangkit dan mempertahankan usahanya. Walaupun jumlah produksi mereka belum kembali seperti semula tapi mereka tetap berusaha agar tetap memperoleh pendapatan dan menjaga keberlangsungan usahanya melalui beberapa strategi yang dilakukan, antara lain

- a) Memasarkan produk melalui media sosial.
- b) Melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain
- c) Meningkatkan kualitas produk emping melinjo.

Daftar Pustaka

- Aliyani Firdaus, S., Fadilah Ilham, I., Putri Aqidah, L., Aliyani Firdaus, S., Agung Dwi Astuti, S., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hariyani, T. (2021). *Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19 Covid-19. 19.*



Asy-Syarikah

Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam

Volume 4, No. 1, 2022

ISSN (print) : 2656-6117

ISSN (online) : 2715-0356

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>

Masturi, H., Hasanawi, A., & Hasanawi, A. (2021). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.

Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.

Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991)

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Cet IV; Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2004),