

PENGEMBANGAN PEMBANGUNAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PISANG KAPIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BUKITTINGGI

LAURENSIUS ARLIMAN S
laurensiusarliman@gmail.com
Fakultas Hukum Universitas Ekasakti

Abstract: *This research investigates the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the banana chip industry during the COVID-19 pandemic in Bukittinggi City. MSMEs play a strategic role in increasing income, employment opportunities, poverty alleviation, and expanding job markets in Indonesia. The reality reflects that MSMEs have successfully provided employment opportunities for the local community. The pandemic, which transformed nearly every sector, has also impacted business entities, including Pisang Kapik MSMEs. Pisang Kapik enterprises demonstrated resilience during this period by leveraging technology for banana chip marketing. Through applications such as Go Food and digital communication via Facebook, Google, YouTube, and mobile applications, they successfully penetrated new markets in the digital realm. This adaptation highlights the strategic role of Pisang Kapik MSMEs in navigating the challenges posed by the pandemic and utilizing technology for effective marketing.*

Keywords: *Development, MSMEs, Covid 19, Bukittinggi.*

Abstrak: Penelitian ini menginvestigasi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di industri pisang kapik selama pandemi COVID-19 di Kota Bukittinggi. UMKM memiliki peran strategis dalam meningkatkan pendapatan, kesempatan kerja, penanggulangan kemiskinan, dan perluasan lapangan kerja di Indonesia. Kenyataannya mencerminkan bahwa UMKM berhasil memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat setempat. Dampak pandemi, yang mengubah hampir semua sektor, juga berimbas pada pelaku usaha, termasuk UMKM Pisang Kapik. Pelaku usaha Pisang Kapik menunjukkan ketahanan selama periode ini dengan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran pisang kapik. Melalui aplikasi Go Food dan komunikasi digital melalui Facebook, Google, YouTube, dan aplikasi seluler, mereka berhasil menembus pasar baru dalam ranah digital. Adaptasi ini menyoroti peran strategis UMKM Pisang Kapik dalam mengatasi tantangan yang dihadapi selama pandemi dan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: Pengembangan, UMKM, Covid 19, Bukittinggi.

A. Pendahuluan

Pandemi COVID-19 telah berkembang secara global dan tindakan penanggulangan yang diperlukan telah mengubah tatanan kehidupan secara tiba-tiba dalam setiap lini kehidupan manusia. Berbagai kebijakan telah diambil oleh pemerintah di semua negara, termasuk salah satunya adalah menginstruksikan rakyatnya untuk melakukan aktivitasnya di rumah (*work from home*), seperti bekerja, belajar, dan bahkan beribadah sangat disarankan di rumah saja (Arliman, 2021).

Semenjak Covid-19 ditetapkan berstatus pandemi, ada banyak sektor ekonomi domestik dan global yang terpengaruhi. Dampak pandemi paling terasa terjadi pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) melaporkan bahwa pada April 2020, dengan sampel UMKM yang terdata di Kemenkop UKM, dilaporkan bahwa sejumlah 56% UMKM mengaku mengalami penurunan pada hasil omzet penjualan akibat pandemi Covid-19, 22% lainnya mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan/kredit, 15% mengalami permasalahan dalam distribusi barang, dan 4% sisanya melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Dari seluruh UMKM yang terdata dalam riset ini, komposisi UMKM yang bergerak dalam

industri mikro menempati angka 87.4%. Alhasil, dampak awal pandemi Covid-19 pada sektor UMKM terdeteksi pada level UMKM mikro ini (Dinas Perindustrian, 2021).

Dengan adanya kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, tentunya juga berdampak pada para pelaku UMKM termasuk penelitian penulis tentang pisang kapik di Bukittinggi. Penurunan omzet para pelaku UMKM di Kota Bukittinggi sendiri sudah terjadi sebelum pemerintah menerapkan kebijakan *lockdown* dan *working from home*. Hal itu terjadi karena banyak masyarakat yang takut terpapar dengan virus corona itu sendiri, dan menyebabkan pedagang-pedagang di kota Bukittinggi mengalami penurunan jumlah pembeli, karena para konsumen yang biasanya jajan diluar dan konsumtif membeli makanan diluar, sekarang lebih memilih untuk masak sendiri dirumah dan mereka juga lebih bisa mengetahui sendiri kebersihan makanan yang mereka buat.

Dengan keadaan yang terus berlanjut seperti ini selama beberapa bulan belakangan ini banyak pengusaha UMKM yang gulung tikar karena sepi pembeli. Rata-rata pengusaha UMKM yang mengalami kebangkrutan adalah mereka yang tidak bergabung dengan kurir online seperti *gofood* dan *grabfood* (Yeniwati, 2020). Di Kota Bukittinggi sudah banyak UMKM pisang kapik yang bergabung dengan *gofood* dan *grabfood*.

Dari latarbelakang tersebut penulis tertarik ingin menulis makalah penelitian yang berjudul "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pisang Kapik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bukittinggi".

Berdasarkan latarbelakang yang telah dipaparkan di atas maka makalah penelitian memiliki rumusan masalah, sebagai berikut: 1) Bagaimana pengembangan UMKM Pisang Kapik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bukittinggi? 2) Bagaimana aktivitas komunikasi Pisang Kapik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bukittinggi? Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Mengetahui pengembangan UMKM Pisang Kapik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bukittinggi, 2) Mengetahui aktivitas komunikasi Pisang Kapik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bukittinggi.

B. Metodologi Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua efek yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia. Namun hanya ada sedikit riset empiris yang mengupas tentang covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi yang merupakan cara yang penulis lakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber referensi. Selain itu, karena keterbatasan waktu dan materi terkait penelitian ini, penulis menggunakan telaah literatur (*literature review*) dan artikel penelitian (*research article*), dari jurnal dan pemberitaan online yang bertujuan untuk membuat kesimpulan dan evaluasi pada permasalahan yang penulis kaji. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita online yang terkait langsung dengan penelitian ini. Metode analisis data yaitu berupa data sekunder baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif dari jurnal dan pemberitaan online. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada, diperoleh dari hasil riset, referensi dan pemberitaan online. Sumber data sekunder adalah yang terkait dengan penelitian, untuk selanjutnya dianalisis dan diambil kesimpulan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pengembangan UMKM Pisang Kapik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bukittinggi

Pisang Kapik adalah panganan khas dari Bukittinggi, Sumatra Barat. Pisang Kapik adalah makanan yang berasal dari Pisang Kepok yang kemudian dikepit dengan alat penjepit, sehingga pisang berubah menjadi gepeng. Pisang yang gepeng tersebut kemudian dipanggang di atas bara api. Pisang Kapik nikmat disajikan di tengah-tengah dinginnya Kota Bukittinggi. Menikmati Pisang Kapik di Kota Bukittinggi tidak terlalu susah. Apabila telah berada di Pasa

Ateh, sebuah pasar yang berada di dekat lokasi Jam Gadang, mudah sekali menemui para penjual-penjual Pisang Kapik. Pisang ini disajikan nikmat selagi hangat di tengah cuaca Bukittinggi yang terkenal dingin. Pisang Kapik disajikan dengan pisang kepok yang dikepit dan akan ditaburi inti kelapa yang telah dibaluri gula merah sebagai perasa manis untuk Pisang Kapik.

Pandemi COVID-19 memunculkan beberapa masalah bagi pelaku UMKM, di sisi lain ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. UMKM yang mampu bertahan ditengah iklim covid-19 ini antara lain adalah UMKM yang sudah terhubung dengan ekosistem digital dengan memanfaatkan marketplace yang ada di Indonesia.



(Sumber: Google, 2023)

Transformasi digital mengacu pada proses dan strategi menggunakan teknologi digital untuk secara drastis merubah cara berbisnis dan beroperasi dalam melayani pelanggan. Meskipun teknologi komputer telah ada selama beberapa dekade, namun konsep transformasi digital masih relatif baru dan bersifat memaksa para pelaku UMKM karena kondisi pandemi covid-19 sekarang ini.

Pandemi covid-19 telah banyak mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbagai aktifitas, termasuk berbelanja. Kebijakan beberapa negara untuk melakukan pembatasan sosial untuk menghambat penyebaran virus corona membuat masyarakat memilih untuk belanja online. Situasi ini mendorong akselerasi perekonomian digital. Para penjual mau tidak mau harus beralih strategi baru untuk mengikuti perkembangan pola konsumsi masyarakat kearah digital dan mengubah kebiasaan masyarakat untuk belanja secara online. Dengan menghadirkan kemudahan berbelanja di era covid-19 ini, orang enggan dan lebih suka melakukan aktivitas belanja online atau menggunakan aplikasi media, dengan adanya kebijakan pembatasan yang diteapkan pemerintah. Berikut ini penulis contohkan, bahwa UMKM Pisang Kapik sudah ada dalam gofood.



Pisang Kapik

Jajanan, Minuman, Sweets

GoFood PARTNER

TUTUP

Selengkapnya



Jangan keburu ngiler liatin makanannya ya, hehe.

Yuk, cobain aja daripada penasaran

(Sumber: Google, 2023)

Ada beberapa alasan orang melakukan belanja online UMKM Pisang Kapik melalui gofoof, berikut ini alasannya (Rosita, 2020):

- Meminimalkan Biaya. Belanja online berkembang pesat, penghematan biaya dan waktu menjadi faktor utama melakukan transaksi online. Selain lebih efisiensi biaya, efisiensi yang bisa dihemat antara lain biaya transportasi, biaya parkir, dan biaya akomodasi yang merupakan satu paket untuk melakkan pembelian dan proses transaksi. Dari segi efisiensi waktu, pembeli tidak perlu harus meluangkan waktu khusus untuk melakukan aktifitas belanja, terlebih menghabiskan banyak waktu lagi untuk memilih dan mencari barang dari toko ke toko, sehingga menguras tenaga dan pikiran. Dengan belanja online pembeli cukup melangkan waktu seperlunya saja.
- Mengurangi Kelelahan Untuk transaksi pasar online anda tidak perlu harus repot mendatangi toko, mall atau tempat makan. Sehingga kita tidak lelah dan mengeluarkan tenaga ekstra untuk berbelanja, belum lagi harus mengendarai kendaraan, menghindari kemacetan, dan berbagai resiko yang muncul dijalan. Jika transaksi secara online, kita bisa berbelanja sambil melakukan aktifitas lain dirumah, atau tempat kerja, sangat praktis dan tidak melelahkan.
- Efisiensi Daya Penerapan PSBB (Pembaasan Sosial Berskala Besar) dan *social distancing*. Aktifitas keluar rumah dibatasi. Aturan PSBB sudah tercatat didalam peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 tahun 2020. Untuk melakukan aktifitas belanja tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk antri di depan kasir, antri dan desak desakan dalam memilih barang terbaik, belum lagi harus menunggu untuk dilayani para penjaga toko ketika toko sedang ramai dan banyak pengunjung. Aktifitas belanja online juga efisiensi dari segi daya, dan tidak melelahkan. Dengan belanja mealui online yang hanya dengan satu aktifitas membuka smartphone semua aktifitas belanja mulai memilih toko, memilih barang, membandingkanharga dan kulaitas hingga proses transaksi dan pembayaran dilakukan hanya dengan satu klik. Hal ini menjadi sebuah kemudahan tersendiri dalam era masyarakat digital.
- Terhindar dari Masalah Kerepotan. Himbauan untuk dirumah saja atau dikenal dengan istilah *stay at home*, merupakan langkah memutus penularan *virus corona (covid-19)*. Jika berbelanja *online* saat *shooper* ingin berbelanja banyak tidak perlu direpotkan membawa beratnya belanjaan untuk membawa barang belanjaan kekendaraan atau kerumah kita, karena semua barang pesanan langsung dikirim kerumah dengan keadaan yang aman. Tentu berbeda dengan belanja konvensional dimana kita dibuat repot untuk

- membawa dan bahkan mengirimnya kerumah, karena tidak semua toko menyediakan jasa pengiriman barang yang dibeli oleh konsumen.
- e) Membatasi Belanja. Salah satu faktor kelemahan seorang manusia dalam aktifitas belanja adalah nafsu belanja lebih saat di pusat perbelanjaan. Ketika kita ingin membeli satu barang namun sesampai di toko bisa tertarik dengan barang lain yang sebenarnya tidak begitu penting dan tidak dibutuhkan dan bukan menjadi niat awal untuk membelinya. Ketika belanja online tentu hal ini bisa diminimalisir sebab kita akan bisa fokus terbatas hanya mencari barang yang dibutuhkan.
 - f) Harga Bersaing. Dalam aktifitas belanja konvensional, banyak faktor yang menyebabkan kita untuk membuang waktu membandingkan harga dengan toko sekitarnya, dan itu juga membutuhkan waktu dan tenaga dari satu toko ke toko yang lain.
 - g) Efisiensi Waktu. Dengan belanja online, kita tidak menghabiskan waktu untuk perjalanan ke toko untuk belanja, kita dimudahkan untuk tidak harus keluar dengan berbagai masalah diperjalanan, macet di jalan sekaligus bahaya di perjalanan. Aktifitas belanja online hanya membutuhkan waktu beberapa menit saja, sehingga kita mengatur kegiatan secara efektif untuk kegiatan lainnya.
 - h) Faktor Kenyamanan. Kenyamanan bisa diartikan berbeda oleh konsumen yang berbeda. Kenyamanan adalah kemampuan melepaskan diri dari beban pekerjaan rutin, sehingga bisa memiliki waktu lebih banyak untuk melakukan hal-hal yang lebih penting. Kita dapat menikmati kebebasan berselancar internet untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja. Kita tidak perlu harus berdandan, keluar untuk belanja, bahkan dengan bersantiaupun kita sudah bisa melakukan aktifitas belanja, bahkan belanja juga dapat dilakukan tengah malam dan waktu libur.

2. Aktivitas Komunikasi Pisang Kapik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bukittinggi

Memindahkan pelanggan ke pasar online serta mengembangkan strategi digital membutuhkan kesiapan integrasi sistem operasi offline dan online. Tidak hanya menembus komunikasi pemasaran terpadu saja (Arliman, 2017), tetapi juga menjadi manual operasional dan harus diterapkan bersama para UMKM makanan tradisional, termasuk UMKM Pisang Kapik yang ada di Bukittinggi. Selain itu aktivitas komunikasi dengan mengenalkan UMKM pada bidang penetrasi pasar baru pasar digital, antara lain: *Facebook, Google, You Tube* hingga aplikasi seluler telah mengubah pasar menjadi lebih cerdas dan terinformasi dengan baik. Hal ini merupakan penggerak perubahan yang memaksa perusahaan menjadi lebih sosial dan digital. Di sini pentingnya memanfaatkan media sosial untuk pengembangan UMKM Pisang Kapik, dengan komunikasi yang baik.

Media sosial ini memiliki sejumlah besar data mentah (*big data*) yang akan mengungkapkan informasi yang penting, salah satunya adalah perilaku konsumen dalam keputusan membeli atau memperkirakan barang dan jasa apa saja yang dibutuhkan di masa depan. Identifikasi kebutuhan perusahaan akan perubahan, persiapkan diri untuk perubahan. Perusahaan harus dirancang sedemikian rupa untuk mengakomodasi kebutuhan sosial digital pelanggan.

Kehadiran pasar online era digital tidak hanya membawa dampak buruk tetapi juga banyak sisi positif lainnya yang lebih dekat dengan konsumen / pelanggan, dengan cepat mempromosikan dan memperkenalkan produk kepada publik, tidak adanya batasan pasar tetapi juga menjangkau seluruh pelosok dunia yang terhubung dengan internet, kecepatan dan tepat layanan menjadi kebutuhan utama konsumen di era globalisasi (Panji, 2020). Di era digital, pebisnis harus memiliki kemitraan dengan era digital sebagai reformasi bisnis. Perkembangan komunikasi digital, masyarakat modern baik perkotaan maupun pedesaan memanfaatkan teknologi komunikasi dalam kegiatan belanja. Di era digital, orang cenderung menghabiskan aktivitas belanja online dari kegiatan belanja konvensional. Dampaknya adalah

jatuhnya pasar pasar konvensional, kejayaan pasar konvensional secara bertahap mulai tergerus dan diprediksi akan mengalami penutupan secara masif di masa depan.

D. Penutup

UMKM memiliki peranan strategis dalam meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja, penanggulangan kemiskinan, dan perluasan lapangan kerja di Indonesia. Kenyataan tersebut memberikan gambaran bahwa UMKM telah mampu membuka kesempatan kerja bagi masyarakat daerah sekitarnya. Dampak pandemi yang mengubah tatanan hampir segala bidang ini juga berimbas terhadap pelaku usaha termasuk UMKM Pisang Kapik. Pisang Kaping mampu bertahan pada masa pandemi ini dengan memanfaatkan teknologi akan pemasaran pisang kapik, baik dari aplikasi go food, bahkan aktivitas komunikasi ini mengenalkannya dalam UMKM pada bidang penetrasi pasar baru pasar digital, antara lain: *Facebook*, *Google*, *You Tube* hingga aplikasi seluler telah mengubah pasar menjadi lebih cerdas dan terinformasi dengan baik.

Daftar Pustaka

- Dinas Perindustrian Bukittinggi. *Data Umum Industri Kecil Menengah Kota Bukittinggi Berdasarkan Sentra Industri tahun 2020*, Dinas Perindustrian, Bukittinggi, 2021.
- Laurensius Arliman S, *Perlindungan Hukum UMKM Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*, Jurnal RechtsVinding: Media Pembinaan Hukum Nasional, Volume 6, Nomor 3, 2017.
- Laurensius Arliman S, *Change Management Pada Saat Pandemi Covid-19*, <https://www.sumbarnet.com/2021/05/change-management-pada-saat-pandemi.html>, diakses pada tanggal 30 Mei 2021.
- Panji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Dwi Chandra Wacana, Yogyakarta, 2020.
- Rahmi Rosita, *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia*, Jurnal Lentera Bisnis, Volume 9, Nomor 2, 2020.
- Yeniwati, *Pengembangan UMKM Sebagai Penguatan Ekonomi Kerakyatan Di Kota Bukittinggi (Studi Kasus: Industri Kerupuk Sanjai)*, Jurnal Ekonomo, Volume 17, Nomor 1, 2020.