

Resiliensi Ekonomi Lokal Melalui Usaha Ikan Asap Pada Masa Pandemi Covid-19

Nur Shinta Devayanti

Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

Email: nurshintadevayanti@gmail.com

Wahyu Eko Pujiyanto

Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

E-mail: Wahyueko.mnj@umusida.ac.id

Abstract. *This study aims to determine the defense of MSMEs and the development of the economic system during the Covid-19 pandemic. Micro, Small and Medium Enterprises are one of the largest contributors to Indonesia's Gross Domestic Product, so their existence is very beneficial for the workforce and the unemployed who need jobs. The scope of this research is Mrs. Siti's micro, small and medium business with the type of smoked grilled fish culinary business located in East Java, Balongdowo Pecis village, Candi Sidoarjo. This research method uses qualitative methods with stages of organizing decisions. From the results of research the Covid-19 pandemic has had an impact on decreasing sales, production volume, and decreasing income for MSMEs. Efforts during a pandemic, people take advantage of information technology and join market places, for the sake of continuity of work so that income continues. Community support in buying products from MSMEs also helps other communities as a mutual benefit.*

Keywords: *culinary economy, MSME Defense, Covid-19 Pandemic*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertahanan UMKM dan perkembangan system perekonomian di masa pandemic covid-19 berlangsung. Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah salah satu penyumbang besar Penghasilan Domestik Bruto di Indonesia sehingga keberadaan tersebut sangat berguna bagi tenaga kerja maupun pengangguran yang membutuhkan pekerjaan. Lingkup penelitian ini adalah usaha mikro kecil dan menengah milik Ibu Siti dengan jenis usaha kuliner ikan bakar asap yang terletak di daerah Jawa Timur, desa Balongdowo Pecis, Candi Sidoarjo. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tahap pengambilan pengorganisasian. Dari hasil penelitian pandemi covid-19 berdampak pada penurunan penjualan, jumlah produksi, dan penurunan pendapatan pada UMKM. Upaya pada masa pandemi masyarakat memanfaatkan teknologi informasi dan bergabung dengan market place, demi keberlangsungan kerja agar pendapatan tetap jalan. Dukungan masyarakat dalam membeli produk dari UMKM juga membantu masyarakat lainnya sebagai timbal balik keuntungan.

Kata kunci: ekonomi kuliner, Pertahanan UMKM, Pandemi Covid-19

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan salah satu pilar utama pembangunan sistem ekonomi, karena UKM dapat dikatakan sebagai sektor yang memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi negara, karena memiliki peran tersendiri. pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja, tetapi juga dalam output industri dan pembangunan. Seperti diketahui, UKM merupakan salah satu sektor yang paling terdampak dari merebaknya pandemi Covid-19. Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM, setidaknya telah diterima 949 laporan dari Koperasi dan UKM yang terdampak wabah Covid-19.

Pandemi Covid-19 membatasi para konsumen untuk membeli produk UMKM secara langsung, dalam masa pandemi konsumen juga merasa kesulitan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka terutama dalam hal pangan. Dikarenakan hal ini menyangkut pada adanya virus menular yang sangat berbahaya bagi masyarakat sekitar sehingga Pemerintah memberikan larangan untuk keluar rumah apa lagi berkerumun dalam satu lingkungan. Peraturan tersebut dibuat untuk mengurangi risiko penularan, dan mengurangi tingkat kematian yang di sebabkan gejala virus corona (covid-19). Solusi utama yang dapat di terapkan saat ini bagi pihak UMKM adalah mempromosikan produk-produk mereka secara online.

Mulai dari pelaku UMKM sampai masyarakat di wilayah Jawa Timur membantu para UMKM agar dapat berusaha untuk tetap produktif di tengah masa pandemic, yaitu dengan cara mengikuti progam daring. Banyak dari pihak UMKM memberlangsungkan usaha mereka melalui teknologi informasi, dan bergabung dengan market place. Di saat masa pandemi banyak sekali perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat baik secara offline maupun online. Pelaku UMKM sangat kesulitan dalam mencapai target saat perekonomian terganggu karena perubahan pada pola tersebut, oleh karena itu dengan mengikuti program daring mereka bisa bertahan sampai mampu menghadapi kondisi new normal.

Kondisi pandemi tentunya kurang baik salah satunya dalam hal beraktivitas sehari-hari, terutama bagi sector UMKM yang menjadi tumpuaan perekonomian nasional. Pemerintah tentunya menyadari hal tersebut, oleh karena itu pemerintah memberikan perhatian pada sector UMKM baik dalam bentuk pembinaan, bantuan maupun dari segi pemasaran. Data Kementerian Koperasi dan UKM RI menunjukkan bahwa sector UMKM memiliki pangsa yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mampu menyerap tenaga kerja yang sangat besar. Namun, selama musim Covid-

19, aktivitas UMKM menurun secara signifikan. Banyak permasalahan serius yang dikeluhkan oleh para pelaku UMKM, salah satunya omset yang menurun, bahkan ada yang menutup atau merumahkan pekerjajanya karena harus bertahan hidup. Dalam kondisi yang sangat sulit bagi masyarakat khususnya UMKM harus tetap produktif dan mampu bertahan dalam memasarkan produknya sehingga UMKM menjadi penopang dan tulang punggung perekonomian nasional sekaligus kita mengelola perekonomian nasional secara dinamis. Kalangan UMKM telah bekerja keras untuk memastikan UKM dapat terus produktif di kota Karawang, salah satu pembina KADIN. Berdasarkan hal tersebut Kurikulum Manajemen Perpajakan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Sarana Informatika menggandeng komunitas UMKM Peningkatan Kelas Kota Karawang untuk menyelenggarakan kegiatan kemasyarakatan. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu UKM tetap produktif selama pandemi Covid-19. Dalam situasi yang sulit di masa pandemic, sebagai masyarakat juga merasa kesulitan karena untuk membeli produk terutama untuk bahan pokok sehari-hari dari pihak UMKM. Namun yang telah diketahui UMKM yang tidak akan pernah hilang yaitu usaha kuliner sebagai bahan pangan sehari-hari. Sektor UMKM jenis usaha kuliner ini selama pandemic sangat berdampak bagi para pelaku kuliner yang memiliki gerai kuliner makanan seperti ikan bakar asap milik Ibu Siti di daerah Sidoarjo, Jawa Timur. Karena adanya pembatasan mobilitas dan mengurangi kerumunan agar mencegah penyebaran virus corona (covid), pemilik gerai restoran harus ditutup selama masa pandemic berlangsung. Dari penurunan omset inilah pemilik usaha kuliner mempertahankan bisnisnya agar tetap berjalan dengan cara mempromosikan produk-produknya lewat platform digital.

Diliput dari Bidang Usaha Mikro Kemenkop UKM, Eddy Satriya menyampaikan UMKM adalah salah satu penyangga perekonomian Indonesia yang terbukti ketika Indonesia mengalami dua kali masa kritis, UMKM yang paling mampu bertahan.

Program pelatihan banyak dilakukan oleh UMKM, mulai dari mengubah produk usahanya agar bisa bertahan lama, dan mengubah makanan siap saji menjadi olahan mentah saja. Lalu memasarkan produk secara digital, baik dalam bentuk video sederhana, mengambil foto produk lalu dipajang di place market milik pelaku usaha UMKM. Adanya dunia digital dinilai sangat membantu UMKM untuk bangkit secara perlahan. Berdasarkan survey The World Bank IBRD-IDA terkait dampak pandemi di Indonesia ternyata sebanyak 42% UMKM menggunakan media sosial atau digital platform sebagai antisipasi kebijakan social distancing. Meskipun sector digital

merupakan hal baru apa lagi di kalangan Ibu-ibu, mereka tetap mencoba menjalankan usahanya untuk membangkitkan daya juang sekaligus perekonomian mereka.

Sementara itu, Penasihat Dharma Wanita Persatuan Kemenkop UKM, Suzana Teten Masduki, memberikan arahan yaitu pentingnya aspek pengusaha teknik pengolahan makanan. Karena dari sinilah dapat diketahui sehat atau tidaknya makanan yang akan dikonsumsi terutama untuk di sebar luaskan kepada konsumen. Hal ini juga sangat penting karena dalam masa ini kita harus mengonsumsi makanan yang dapat menjaga zat gizi seimbang, dikarenakan virus corona (covid) cepat menyerang pada kondisi seseorang yang sedang tidak sehat/lemah. Peluang membuat usaha makanan sehat yaitu makanan yang fresh dan higienis, salah satunya memasarkan produk-produk yang mentah atau belum siap saji.

Meskipun berlangsungnya masa covid tentu tidak begitu merugikan UMKM, meskipun terjadi penurunan namun hal tersebut dapat di seimbangi dengan adanya program platform digital. Guna memajukan UMKM di masa pandemic covid-19, pihak Yayasan Inspirasi Indonesia Membangun (YIIM) bersama PT Insight Investment Management (IIM) menggulirkan UMKM kuliner menjadi usaha alternative ketika pandemic covid-19. Upaya yang dilakukan YIIM menurut Sekretaris Yayasan Inspirasi Indonesia Membangun Dewi Astari adalah dengan cara menyusun buku kumpulan resep kuliner agar masyarakat mendapatkan inspirasi untuk membuka usaha alternative mengatasi agar tetap produksi selama pandemic. Hal tersebut dapat bermanfaat bagi tenaga kerja maupun pengangguran yang ingin membuka UMKM untuk mendapatkan hasil kebutuhan ekonomi.

YIIM bersama PT IIM menggelar diskusi secara daring dan peresmian buku kumpulan resep kuliner untuk mendorong UMKM sebagai usaha alternative yang berdampak sosial bagi masyarakat maupun alumni binaan lembaga non profit. Pembuatan buku kuliner ini dijadikan sebuah inspirasi masyarakat untuk menjadikan usaha kuliner sebagai usaha alternative. Usaha alternative pada dasarnya lebih mudah, dari pada kita membuka usaha seperti menggerai lestoran, kedai, warung dan pembangunan lainnya. Selain membutuhkan banyak modal untuk memulai bisnis, akan tetapi memiliki peluang pendapatan yang besar. Bisnis lewat alternative di katakan mudah karena bisa memulainya dengan sedikit modal, dengan usaha kecil-kecilan. Bisnis alternative cocok dengan masyarakat yang belum memiliki usaha ataupun pengangguran, dengan ini mereka bisa memulai bisnisnya untuk memiliki pendapatan.

Jika usahanya mulai berjalan tentunya hal tersebut bisa menjadi peluang perkembangan usaha saat pemulihan kondisi wabah sudah kembali normal.

Di tengah kondisi krisis yang di alami terdapat beberapa hal positif atau manfaat dalam memunculkan kesadaran masyarakat yang ingin terjun ke dunia bisnis/usaha, yaitu kesadaran terhadap lingkungan sekitar yang membuat masyarakat harus bisa mandiri dalam situasi masa pandemic, dan memotivasi mereka agar mampu berjuang dalam kondisi apapun. Adanya pandemic yang membatasi segala kegiatan mampu menimbulkan ide-ide kreatif dalam berbisnis, salah satunya UMKM yang dulunya hanya mengandalkan kegiatan pemasaran dan operasional secara konvensional, dalam pengaruh keadaan secara langsung diubah konsep menjadi digitalisasi bisnis.

Tidak heran dalam kondisi krisis di masa pandemic banyak bermunculan ide bisnis baru, karena banyak juga karyawan yang terpaksa berhenti dan kehilangan pekerjaan mereka karena batasan social distancing. Maka dari itu terjadi peningkatan lapangan UMKM baru bahkan melampaui keadaan sebelum pandemic. Untuk berkembangnya usaha baru tentu tidak bisa di lakukan seorang diri tentunya UMKM tetap memerlukan tenaga kerja hal ini dapat memberikan peluang kerja baru untuk para pengangguran.

Pemerintah juga mengakui di masa ini UMKM ternyata mampu menciptakan banyak peluang kerja baru dan menyerap hampir setengah dari jumlah keseluruhan penyerapan tenaga kerja di Indonesia dengan jumlah yang sangat baik. Penyerapan tenaga kerja berjumlah tinggi dikarenakan sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam artian terjadinya jumlah angka pengangguran yang ada di Indonesia, pada akhirnya hal ini sangat berpengaruh besar pada perekonomian. Namun dalam perkembangan tetap membutuhkan dukungan dari berbagai pihak salah satunya bantuan antar manusia dari berbagai kalangan manapun.

Membuat usaha juga perlu persyaratan tentunya harus mendapat izin dari Pemerintah, oleh sebab itu Pemerintah memberikan bantuan dengan cara agar masyarakat tidak dipersulit dengan banyak persyaratan yang di ajukan. Hal ini dapat dilakukan dengan melaksanakan Undang-undang Cipta Kerja, memangkas regulasi, dan kemudahan dalam membuka usaha. Masyarakat juga diharapkan memberikan dukungan demi terciptanya perkembangan UMKM, dengan cara mencintai konsep produk local atau buatan dalam negeri perlu diwujudkan dalam dunia nyata. Aktif membeli produk UMKM dan saling memberikan keuntungan antara satu sama lain. Secara otomatis jika keduanya sama-sama memiliki keuntungan dengan cara konsumen merasa puas akan produk dari UMKM, sebaliknya UMKM juga memperoleh

keuntungan dari konsumen, hal ini dapat memberi kelancaran seiring berjalannya usaha.

Dengan adanya suatu perubahan baik dengan adanya penurunan maupun peningkatan dalam hal usaha tentunya sebagai pihak UMKM harus tetap memiliki perencanaan dalam menghadapi kondisi atau situasi kedepannya, agar dapat menyeimbangkannya secara baik. UMKM harus bisa terus membuat ide-ide dalam perencanaan kedepan karna bertahan dalam satu menu bisa saja dapat membuat konsumen merasa bosan/jenuh dan berpindah kepada competitor, oleh karena itu ide kreatif harus tetap di munculkan dalam berlangsungnya sebuah usaha dan dalam situasi apapun. Apa lagi dalam kondisi kritis UMKM harus memiliki keberanian untuk menyebar luaskan atau memperkenalkan produk ke khalayak umum, dengan itu bisa menjadi dorongan untuk perkembangan sebuah usaha.

2. BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan untuk penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif. Metode ini bertujuan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, oleh karena itu metode ini digunakan untuk penelitian UMKM yang berdampak selama masa pandemic, penelitian ini berfokus kepada pengelola usaha kuliner ikan bakar asap milik Ibu Siti di daerah Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat holistic (menyeluruh, tidak dapat dipisahkan), maka dari itu penelitian tersebut harus bisa menyesuakannya dengan fenomena yang berkembang di lapangan. Penelitian fenomenologi guna menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena. Fenomena yang dimaksud yaitu fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Tujuan dari fenomenologi dalam penelitian ini untuk mempelajari bagaimana fenomena yang di alami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Penelitian metodologi fenomenologi dalam pemikiran Bagi Schutz adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalamam sehari-hari, dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan tindakan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan menganalisis menggunakan data primer lalu melakukan perencanaan mengetahui masing-masing factor penting yang akan di periksa. Analisis penelitian atau mencari informasi ini dilakukan dengan cara observasi, dan wawancara. Tujuan untuk

melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi dampak atau penurunan, serta peluang yang dialami oleh pelaku bisnis dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya di masa pandemic. Khalayak sasaran adalah pemilik usaha kuliner ikan bakar asap dengan lokasi pelaksanaan pengabdian di salah satu rumah pemilik UMKM olahan ikan bakar asap di Desa Bolongdowo Pecis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan yang dilakukan kepada UMKM di desa Bolongdowo Pecis dengan memberikan strategi cara mempertahankan usahanya selama masa pandemic berlangsung. Setelah dilakukan wawancara serta observasi pada mulanya pemilik usaha memang mengalami penurunan yang sangat drastic dikarenakan adanya penyebaran virus covid-19 yang berdampak pada kesehatan dan berakibat kematian. Saat penyebaran wabah covid-19 diumumkan tentunya warga merasa waspada, Pemerintah memberi larangan untuk tidak berkerumun dan membetasi aktivitas diluar rumah. Pelaku UMKM juga terpaksa menutup gerai mereka dikarenakan kondisi tersebut. Salah satu pelaku UMKM yang harus menutup gerainya di daerah desa Bolongdowo yaitu Ibu Siti pelaku usaha UMKM ikan bakar asap yang memutuskan akan meneruskan usahanya dengan cara mempromosikan produknya secara online. Pada mulanya pelaku UMKM ikan bakar asap memulai usahanya dari nol, namun selama bertahun-tahun beliau menjalankan usahanya, pelaku usaha ikan bakar asap ini belum pernah mencoba berbisnis secara online, atau pun menggunakan teknologi digital dalam bisnisnya, dikarenakan gerai usahanya yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat sekitar, dan diketahui dari mulut-kemulut.

Adanya wabah covid-19 pelaku UMKM ikan bakar asap menimbulkan ide baru yang belum pernah beliau coba namun sudah banyak yang menerapkan cara ini dengan memanfaatkan adanya teknologi digital saat ini. Demi keberlangsungan usahanya pihak UMKM rata-rata beralih ke alternative digital untuk mempromosikan produk marketingnya. Dalam masa pandemic UMKM yang sangat banyak peminat adalah usaha kuliner, dikarenakan makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang diperlukan untuk setiap harinya. Dalam strategi ini para pelaku UMKM juga memikirkan cara agar usahanya tetap berjalan meskipun dalam masa pandemi.. Untuk menyajikan sebuah hidangan yang lezat dan higienis untuk di konsumsi khalayak tentunya merupakan peranan penting dalam setiap menjalankan bisnis kuliner. Termasuk bisnis ikan bakar asap, dengan cara memilih olahan ikan yang segar dan berkualitas.

Dalam masa kritis kegiatan UMKM semua serba terbatas, pelaku UMKM sendiri juga cukup kesulitan mendapatkan bahan pokok yang akan diolah, di karenakan adanya sosial distancing, yaitu larangan untuk keluar rumah dan tidak boleh berkerumun. Di masa pandemic aktifitas nelayan untuk memperoleh ikan pastinya juga terhambat, namun selain nelayan juga dimasa pandemic para peternak ikan air tawar masih banyak di jumpai di desa Bolongdowo. Hal ini sangat menguntungkan pelaku UMKM kuliner yang bahan utamanya adalah olahan dari ikan yang masih segar.

Usaha ikan bakar asap juga banyak digemari masyarakat sekitar wilayah Bolongdowo, dan usaha ini juga merupakan usaha satu-satunya yang ada di desa tersebut. Selama masa pandemic berlangsung beliau rutin mempromosikan produknya lewat alternative digital seperti WhatsApp, Facebook, Instagram dan juga Market Place yang saat ini banyak digunakan masyarakat untuk memesan berbagai hidangan secara online. Hasil penjualan usaha yang telah di promosikan selama 1 minggu melalui alternative digital marketing dalam masa pandemic sebagai berikut:

Tabel.1 Penjualan 1 minggu melalui alternative digital

Platform	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Facebook	40	20,0%
Whatsapp	45	22,5%
Instagram	33	16,5%
Marketplace	82	41,0%
Jumlah	200	100%

Sumber: Analisis Data Primer (2020)

Dari Tabel 1 diketahui jumlah penjualan selama 1 minggu lewat beberapa alterntive digital yaitu Facebook dengan 40 orang pembeli dalam 1 minggu, Whatsapp dengan 45 orang pembeli dalam 1 minggu, Instagram dengan 33 orang pembeli dalam 1 minggu, dan Marketplace dengan total tertinggi penjualan sebanyak 82 orang dalam 1 minggu. Dari hasil analisis diketahui lebih banyak masyarakat yang menggunakan platform marketplace untuk membeli atau memesan makanan, dikarenakan marketplace memiliki fitur khusus pemesanan untuk berbagai macam kuliner makanan. Berbeda dengan media sosial yang lebih sering digunakan untuk kepentingan insta pribadi, oleh sebab itu Marketplace lebih unggul di gunakan dalam mempromosikan sebuah produk

lewat alternative digital. Selain produk mudah ditemukan, terdapat rating penilaian orang lain untuk menarik minat konsumen lainnya.

Dengan memanfaatkan kondisi di masa pandemic, untuk memenuhi perekonomian termasuk dalam rumah tangga pelaku UMKM harus tetap menjalankan perannya. Meskipun untuk saat ini pemasukan tidak begitu stabil dibandingkan kondisi sebelumnya, namun adanya wabah covid-19 banyak hal positif yang dapat kita ambil salah satunya timbulnya inovasi dan ide kreatif, juga dapat menyadari betapa penting fungsi teknologi digital di masa ini. Beberapa bentuk pemasaran secara digital melalui media sosial yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat melakukan pemasaran produknya di masa pandemic yaitu sebagai berikut:

- 1) Publikasi video dan foto produk di akun media sosial secara intensif.
- 2) Memanfaatkan facebook ads, instagram ads, whatsapp dan akun sosmed lainnya yang dapat dengan mudah diakses melalui sosial media dan dapat dijangkau konsumen dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya.
- 3) Membuat konten produk menarik untuk di pasarkan secara online melalui media atau melakukan live streaming agar menarik minat konsumen.
- 4) Melakukan edukasi dan pengenalan terhadap kualitas produk secara intensif di akun media sosial dan menggunakan kata-kata kreatif dan menambahkan hastag (#) agar produk mudah ditemukan oleh konsumen.

Strategi ini jika sering dilakukan akan berpengaruh pesat pada perkembangan bisnis yang berlangsung pada masa pandemic dan bisa menjadi peluang meningkatnya pendapatan di masa new normal mendatang.

Untuk pemasaran produk secara online ternyata masih mampu menyeimbangi dari hasil penjualan dari biasanya. Upaya mengembangkan bisnis selama pandemic, pelaku UMKM ikan bakar asap melakukan promosi produknya melalui berbagai alternative digital marketing agar semakin banyak masyarakat yang mengenal produknya. Dengan memanfaatkan adanya alternative digital UMKM akan terus berkembang pesat selama masa pandemic sampai kembali pada kondisi new normal. Pada kondisi new normal tentu hal ini akan menjadi peluang berkembangnya usaha dan akan memperoleh hasil yang lebih dari pendapatan sebelumnya.

Untuk mempertahankan UMKM ikan bakar asap di masa pandemic perlu adanya langkah-langkah yang harus dilakukan. Beberapa langkah besar yang banyak dilakukan oleh pelaku UMKM diantaranya:

- 1) Berbisnis dengan modal yang halal, factor ini berpengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar dalam berbisnis untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, yang mampu menaikkan tingkat produktivitas dan output.
- 2) Pelaku UMKM harus memiliki pangsa pasar yang luas dengan melakukan ekspor dan impor produk maka akan memperluas atau memperbesar target penjualan dan keuntungan yang didapat. Oleh karena ini pelaku usaha harus bisa memiliki ide kreatif mencari dan menciptakan peluang besar, meningkatkan produktivitas, dan efisien.
- 3) Menjaga kepercayaan relasi bisnis dengan cara menjaga kualitas atau cita rasa pada produk dan juga memperikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap para konsumen.
- 4) Memanfaatkan digital marketing sebaik mungkin guna menjadikan alternative untuk memasarkan produk secara online.
- 5) Dalam mempertahankan suatu usaha juga diperlukan adanya inovasi-inovasi baru dalam produk yang di pasarkan serta menambah pelayanan agar pelanggan merasa puas dan akan mendatangkan lebih banyak pelanggan baru.

Tentu untuk mempertahankan usahanya pelaku UMKM kuliner ikan bakar asap yaitu memerlukan beberapa strategi antara lain dengan beberapa factor berikut:

- 1) Faktor dari diri sendiri untuk keberlangsungan usaha. Perlu semangat dan tekad yang kuat untuk memulai usaha dan menghadapi dunia bisnis dalam kondisi apapun. Kesiapan dalam menjalankan usaha sangat diperlukan untuk menghadapi resiko yang akan muncul di tengah berjalannya bisnis. Terutama bagi pelaku UMKM kuliner ikan bakar asap yang harus mengambil resiko dan menjalankan bisnis sesuai cita rasa atau hidangan yang banyak digemari oleh masyarakat. Dalam memulainya tentu harus dari kesiapan diri sendiri agar usaha yang akan dijalankan bisa menghadapi resiko yang akan datang dikemudian hari. Louster mengatakan bahwa kepercayaan diri dapat di peroleh dari pengalaman hidup, yang dimiliki aspek kepribadian yang berupa keyakinan akan kemampuan dari diri seseorang sehingga tidak mudah terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, gembira, optimis, cukup toleran, dan bertanggung jawab.

- 2) Faktor yang dapat mempengaruhi pelaku usaha ikan bakar asap dalam mempertahankan usahanya adalah factor kondisi perekonomian. Dimana pelaku usaha harus tetap bertahan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mengingat betapa sulit mencari sebuah pekerjaan diluar sana terutama pada masa pandemic.
- 3) Faktor adanya alternative digital seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter dan platform lain yang dapat memfasilitasi pengguna untuk saling berkomunikasi dan berinterksi dan juga dapat memberikan keuntungan dalam menjalankan bisnis secara online. Dengan adanya media sosial ini dapat membantu para pelaku untuk mempertahankan usahanya dengan cara memanfaatkan media sosial yang sudah ada. Begitu juga yang dilakukan oleh pelaku UMKM ikan bakar asap dalam mempertahankan usahanya dimasa pandemic dengan memperluas pangsa pasarnya melalui media sosial. Dimana hal ini para usaha kuliner melakuka pemanfaatan melalui market place, seperti yang diketahui bahwa market place adalah lapak jual beli berbagai hidangan makanan.
- 4) Faktor modal yang berasal dari sumber intern yang merupakan bentuk keuntungan yang dihasilkan oleh UMKM. Dampak pandemic covid-19 tidak hanya berdampak pada penurunan penjualan tetapi banyak UMKM yang kesulitan untuk melakukan angsuranbank dari pinjaman modal yang mereka lakukan untuk mempertahankan usahanya terutama bagi usaha kuliner itu sendiri. Setiap usaha membutuhkan modal untuk tetap mempertahankan keberlangsungan usahanya, karena modal merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari dunia bisnis maupun investasi. Pelaku UMKM ikan bakar asap benar-benar memanfaatkan modal usahanya dimana dalam pendapat lain menyatakan bahwa “Modal merupakan factor produksi yang berpengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output secara makro modal merupakan pendorong besar untuk investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi”.
- 6) Faktor kebutuhan konsumen yang tidak akan lepas dari kebutuhan dan keinginan seseorang untuk mencukupinya. Dimana seseorang akan memenuhi kebutuhannya dan memilih produk sesuai dengan yang mereka inginkan. Dalam hal ini tentunya konsumen memiliki peranan penting untuk

mengembangkan cita rasa dan kualitas sebuah produk agar konsumen tidak bosan dan selalu tertarik dengan produk UMKM. Meskipun konsumen memiliki selera dan keinginan yang bermacam-macam sebagai pembisnis harus pintar memilih ide atau menu agar konsumen tertarik dengan hidangan yang disajikan dan tidak bosan akan cita rasa dan juga inovasi-inovasi baru yang dikembangan agar tidak mengubah selera pelanggan dan menarik minat konsumen baru yang belum pernah mencobanya. Dengan memperhatikan minat dan selera konsumen akan menjaga rasa kepercayaan dan kepuasan konsumen seperti yang diungkapkan pendapat bahwa factor penentu agar konsumen memiliki daya Tarik untuk memilih suatu produk diantaranya dengan melihat kualitas, cita rasa dan juga harga dari produk. Sehingga munculah daya beli konsumen kerena ketertarikan dalam membeli produk tersebut.



Gambar 1. Proses Pembersihan Ikan Asap



Gambar 2. Alat Untuk Pengasapan Ikan



Gambar 3. Proses Pengasapan Ikan Bakar



Gambar 4. Dokumentasi bersama pemilik usaha ikan bakar asap



Gambar 5. Surat Tugas dari Kampus



Gambar 6. Surat Izin dari Kelurahan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam masa pandemic UMKM mendapatkan penurunan yang sangat drastic, hal ini tentunya sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat terutama pelaku UMKM itu sendiri. Namun dengan adanya teknologi digital di zaman sekarang, para pelaku UMKM dalam masa pandemic merasa terselamatkan karena menyangkut keberlangsungan usahanya. Dan dengan perkembangan munculnya berbagai macam media marketing yang sangat membantu dan mempermudah pelaku usaha UMKM kuliner dalam mengembangkan dan memperluas pangsa pasar yang banyak dikenal oleh masyarakat.

Adanya wabah virus-19 sangat berdampak bagi kehidupan masyarakat terutama pelaku usaha yang banyak menutup usahanya bahkan sampai kehilangan mata pencahariannya. Namun selama masa pandemic berlangsung ada beberapa pelajaran dan hal positif yang dapat diambil untuk menghadapi masa new normal yang akan datang menjadi lebih baik dari sebelumnya. Banyak masyarakat yang awalnya tidak mengenal dan tidak paham fungsi dari teknologi digital, namun dimasa pandemic pengguna teknologi digital menjadi semakin meningkat karna pengaruh kondisi.

Untuk perkembangan UMKM di masa pandemic covid-19 juga memerlukan beberapa factor pendukung. Dalam berusaha memerlukan keyakinan dan tekad yang kuat dari diri sendiri, seorang pembisnis perlu memiliki ide yang kreatif dan inovatif agar produknya dapat menarik minat konsumen. Ketelatenan dan pelayanan dalam berusaha juga pendorong untuk berkembangnya UMKM.

UMKM adalah termasuk salah satu pilar utama dalam mengembangkan system perekonomian oleh sebab itu dalam kondisi apapun pelaku UMKM harus bisa menyeimbangkan dan terus mengembangkan usahanya dalam kondisi apapun. Demi keberlangsungan usaha dan dalam memenuhi perekonomian.

Beberapa saran yang wajib diterapkan demi keberlangsungan dan berkembangnya UMKM dalam memenuhi perekonomian adalah menyiapkan perencanaan kemajuan usaha untuk perkembangan dimasa yang akan datang, selalu meningkatkan inovasi dan cita rasa pada produk menyesuaikan dengan banyaknya minat konsumen. Mengembangkan tingkat penggunaan teknologi agar lebih paham akan kemajuan perkembangan zaman yang akan mendatang.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih banyak kepada Universitas Nahdlatul Ulama' Sidoarjo dan kepada Bapak Wahyu Eko Pujianto, SE., M.M selaku dosen mata kuliah Manajemen Koperasi dan UKM atas informasi dan ilmu yang selalu bermanfaat. Saya selaku penulis dan peneliti mengucapkan maaf dan terima kasih kepada semuanya, penelitian ini telah ditulis dengan sebenarnya dan sesuai dengan fakta dan bukti yang menyertainya terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Kurniasih, D., & Zharifah, A. (2022). Sinergitas Pemerintah Kabupaten Sidoarjo dengan Kodim 0816 Sidoarjo Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Governance and Local Politics (JGLP)*, 4(1), 70–84. <https://doi.org/10.47650/jglp.v4i1.437>
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>
- Dellaneira, K., Afandi, M. I., & Junjuna, M. I. (2022). Peningkatan Kemampuan UMKM Goolagaram Kabupaten Sidoarjo di Tengah Pandemi COVID-19 melalui Strategi Pemasaran`. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 389–397.
- Isnainiyah, F., Naili, N., & Muttaqim, Z. (2021). Peran Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UKM Deva Bag Desa Jiken Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo). *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(3), 1.
- Indriastuti, M., Mutamimah, M., & Riansyah, A. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Inovasi dan Packaging Produk Ikan Asap Kec. Rowosari, Kab. Kendal. *Indonesian Journal of Community Services*, 5(1), 65.
- Sakdiah, S., & Ningsih, D. S. (2023). ANALISIS KETAHANAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19. *SOCIETY*, 13(1), 34–46.
- Lidia Sandra, Pinkan Margaretha, Yasinta Astin Sokang, Frieska Soplantila, Bambang Siswanto, Daniel Widjaja, Mina Sulastris, Dwi Aprillita, Lambok Tampubolon, & Subagyo. (2021). Perencanaan Abdimas Dalam Meningkatkan Motivasi Pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Tanjung Duren Jakarta Barat. *Sendimas 2021 - Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 276–281.
- Verly Dotulong, Chlara Noni Patty dan I Ketut Suwetja. (MUTU IKAN ROA (Hemirhamphus sp) ASAP YANG DIJUAL DI PASAR BERSEHATI KOTA MANADO SULAWESI UTARA, 2018)
- MUTU IKAN ROA (Hemirhamphus sp) ASAP YANG DIJUAL DI PASAR BERSEHATI KOTA MANADO SULAWESI UTARA. (2018). *Jurnal Media Teknologi Hasil Perikanan*, Vol. 6, No. 3.
- Dwi Sukowati, Dwi Yanuar Budi Prasetyo, dan Triat Adi Yuwono. (ANALISIS KUALITAS SENSORI IKAN ASAP BERBAHAN BAKAR BRIKET CAMPURAN (ARANG BONGGOL JAGUNG DAN DAUN JATI) DAN BAHAN BAKAR KAYU, 2021)
- Bisrul Hapis Tambunan, Janter Pangaduan Simanjuntak, Tengku Teviana. (Penggunaan Alat Pengasap Ikan Berbahan bakar Biomassa pada UKM Pengasapan Ikan Lele Kota Binjai, 2021)
- Alnanda Hafiez Lagalgarin, Sri Cahyani, Ellida Novita Lydia (Pemberdayaan Kreativitas Masyarakat Melalui Program Pengolahan Ikan Asap di Desa Matang Peulawi Kabupaten Aceh Timur, 2022)
- Ingka Rizkyani Akolo, Rosdiani Azis (PENINGKATAN MUTU IKAN ROA (Hemiramphus sp.) ASAP DENGAN RESPONSE SURFACE METHOD-CENTRAL COMPOSITE DESIGN (RSM-CCD), 2019)

Sanny Andjar Sari, Salammia LA, Sri Indriani (PENERAPAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT PADA DESAIN MESIN PENGASAPAN IKAN, 2020)

Resmi R. Siregar, I Ketut Sumandiarsa, dan Zulhairina (PENGARUH PERBEDAAN JENIS KAYU BAKAR DAN LAMA PENGASAPAN TERHADAP MUTU SENSORI IKAN PATIN ASAP (*Pangasius pangasius*), 2020)