



AL-UKHWAH

JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM

Volume 2, Nomor 1, Juli 2023

**Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi (Studi di Makam Teuku Diujung
Desa Latak Ayah Kecamatan Simeulue Kabupaten Simeulue)**

Mahlil, Delvita Sari, Rusnawati, Fatimah

**Strategi Kepala Desa Menanggulangi Kemiskinan
di Desa Along, Kabupaten Simeulue**

Satra Ika Dinata, Muhajir Al-Fairusy, Jovial Pally Taran

**Tanggapan Masyarakat Lokal Gampong Lamjuhang Terhadap Bantuan Kartu Keluarga Sejahtera
Kecamatan Lhoong Kabupaten Aceh Besar**

T. Syarifuddin, M. Rizal Fazri AR, Muhammad Fajar

**Strategi UMKM Mempertahankan Bisnis pada Situasi Covid-19
di Gampong Blok Bengkel Kabupaten Pidie**

Yoga Lamkaruna Harmanda, Furqan, Sakdiah

Konseling Islam dalam Syair Didong di Kalangan Masyarakat Gayo

Risa Kasih, Marhamah, Abdul Mugni

**Peran Pemerintah Desa dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia
di Desa Padang Mancang Aceh Barat**

Faisal Fahmi

**Upaya Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat melalui Program Keluarga Harapan (PKH)
Gampong Leuhan Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat**

Siti Zahara, Baihaqi, Jon Paisal

**Peran Orang Tua Membina Pendidikan Al-Quran
Terhadap Anak Usia Dini di Manggeng Aceh Selatan**

Intan Saputri, Sakdiyah, Rusnawati



Sekretariat :

Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)

Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh

P-ISSN: 2962-9896

E-ISSN: 2961-9319

PERSONALIA PENGELOLA
AL-UKHWAH : JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM

Penanggung Jawab

Jon Paisal, M.Ag.

Editor in Chief

Dr. Muhajir Al Fairusy, M.A.

Editor

Reni Kumalasari, M.A.
Fadhlor Rahman Armi, M.A.
Sukri, M.Sos.

Layout

Rachmad Riyanto, S.E.

ALAMAT REDAKSI

Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh

Jl. Lingkar Kampus Alue Peunyareng, Gampong Gunong Kleng,
Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat - Indonesia

Telp. 0655 - 7551591

Email : al-ukhwah@staindirundeng.ac.id

<https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/ukhwah>

DAFTAR ISI

Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi (Studi di Makam Teuku Diujung Desa Latak Ayah Kecamatan Simeulue Kabupaten Simeulue) <i>Mahlil, Delvita Sari, Rusnawati, Fatimah</i>	1-14
Strategi Kepala Desa Menanggulangi Kemiskinan di Desa Along, Kabupaten Simeulue <i>Satra Ika Dinata, Muhajir Al-Fairusy, Jovial Pally Taran</i>	15-24
Tanggapan Masyarakat Lokal Gampong Lamjuhang Terhadap Bantuan Kartu Keluarga Sejahtera Kecamatan Lhoong Kabupaten Aceh Besar <i>T. Syarifuddin, M. Rizal Fazri AR, Muhammad Fajar</i>	25-38
Strategi UMKM Mempertahankan Bisnis pada Situasi Covid-19 di Gampong Blok Bengkel Kabupaten Pidie <i>Yoga Lamkaruna Harmanda, Furqan, Sakdiah</i>	39-50
Konseling Islam dalam Syair Didong di Kalangan Masyarakat Gayo <i>Risa Kasih, Marhamah, Abdul Mugni</i>	51-64
Peran Pemerintah Desa dalam Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia di Desa Padang Mancang Aceh Barat <i>Faisal Fahmi</i>	65-78
Upaya Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat melalui Program Keluarga Harapan (PKH) Gampong Leuhan Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat <i>Siti Zahara, Baihaqi, Jon Paisal</i>	79-88
Peran Orang Tua Membina Pendidikan Al-Quran Terhadap Anak Usia Dini di Manggeng Aceh Selatan <i>Intan Saputri, Sakdiyah, Rusnawati</i>	89-101

Strategi UMKM Mempertahankan Bisnis pada Situasi Covid-19 di Gampong Blok Bengkel Kabupaten Pidie

Yoga Lamkaruna Harmanda ¹, Furqan ², Sakdiah ³

^{1 2 3} UIN Ar-Raniry Banda Aceh

¹yogalamkaruna10@gmail.com, ²furqanabang@gmail.com, ²sakdiah1307@gmail.com

Abstract

This study shows that to analyze the main issues, the first are what factors make the people of Gampong Blok Bengkel continue to choose the UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) business during the Covid-19 pandemic, second what is the strategy to retain consumers, third what are the benefits of a good strategy. The aim of this research is to find out what factors made people stick with this business during the Covid-19 pandemic, and to find out the strategies and benefits of the strategies. In this study, to answer this question, the authors used field research methods (Field Research) to discuss phenomena that occur in the field. This study used a sample (purposive sampling) in which the informants were determined according to certain criteria. Data collection techniques were carried out by means of interviews, observation and documentation. This research shows that the factors that kept people in the MSME business during the Covid-19 pandemic were low educational background and no job vacancies, then the strategy used to keep the UMKM business running during the Covid-19 pandemic was to utilize internet as digital marketing, and using E-commerce platforms to sell products. The next benefit of a good strategy is getting bigger profits, opening wider market opportunities, and being able to find out the weaknesses and strengths of a business.

Keywords : Strategy, Micro, Small and Medium Enterprises, and Covid -19

Abstrak

Studi ini ditunjukkan untuk menganalisis permasalahan pokok yang pertama faktor apa yang membuat masyarakat Gampong Blok Bengkel tetap memilih bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dimasa pandemi Covid-19, kedua bagaimana strategi mempertahankan konsumen, ketiga apa manfaat dari strategi yang baik. Yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang membuat masyarakat tetap bertahan dengan bisnis ini dimasa pandemi Covid-19, dan untuk mengetahui bagaimana strategi dan manfaat dari strategi. Dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan tersebut penulis menggunakan metode penelitian lapangan (Field Research) untuk membahas fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menggunakan sampel (purposive sampling) yang informannya ditetapkan dalam kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang membuat masyarakat tetap bertahan pada bisnis UMKM pada masa pandemi Covid-19 ialah latar belakang pendidikan yang rendah dan lowongan kerja yang tidak ada, selanjutnya strategi yang digunakan agar bisnis UMKM tetap berjalan di masa pandemi Covid-19 ialah memanfaatkan internet sebagai digital marketing, dan menggunakan platform E-commerce untuk menjual produk. Selanjutnya manfaat dari strategi yang baik ialah, mendapatkan keuntungan yang lebih besar, membuka peluang pasar lebih luas, dan dapat mengetahui kelemahan dan kekuatan sebuah bisnis.

Kata Kunci : Strategi, Usaha Mikro Kecil Menengah, dan Covid -19.

Pendahuluan

Kebutuhan masyarakat semakin meningkat, makin tinggi tingkat pendapatan masyarakat makin tinggi dan canggih pula barang dan jasa yang mereka butuhkan. Era globalisasi sekarang ini sudah tidak dapat dipungkiri lagi bahwa kemajuan perkembangan ekonomi yang terjadi dan kalau dilihat akhir-akhir ini banyak bermunculan usaha-usaha baru, khususnya usaha mikro dan kecil. Anggapan mereka hanya usaha inilah yang dapat mereka lakukan untuk menopang kebutuhan keluarga yang dari hari ke hari semakin sulit.

Kebanyakan mereka melakukan usaha secara asal-asalan, tanpa banyak pertimbangan dan perencanaan. Sehingga tak heran bila banyak diantaranya yang bagai pepatah, hidup segan matipun tak mau, hanya asal bisa bertahan saja. Banyak kendala yang dihadapi dalam upaya membuat dan mendirikan usaha bisnis sendiri sukses dan berhasil.

Setiap tahun jumlah penduduk di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Ini dikarenakan angka kelahiran lebih besar dari pada angka kematian. Dengan adanya peningkatan penduduk di Indonesia, maka akan terjadi peningkatan akan kebutuhan pangan, papan, pendidikan maupun lapangan pekerjaan yang harus dipenuhi. Sebagian besar penduduk di Indonesia belum bisa memenuhi semua kebutuhan mereka, sehingga masih banyak penduduk mengalami kemiskinan, banyak anak yang berhenti sekolah, pengangguran, dan kesenjangan sosial lainnya.

Pada awal tahun 2020 banyak di antara pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di *Gampong Blok Bengkel* yang sudah memproyeksikan permintaan akan meningkat di tahun ini, dengan mengambil kredit perbankan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperbanyak persediaan, dan di antara nya yang mengambil kredit ialah pedagang kaki lima dan usaha tempel ban namun dibalik itu mereka tidak menghiraukan resiko yang telah mereka ambil, dimana prediksi mereka dipatahkan oleh munculnya *Pandemic Covid - 19* ini yang mana turun nya minat pembeli dikalangan masyarakat setempat. Artinya, tidak ada pendapatan sama sekali, bahkan selalu rugi karena terus-menerus akan ada pengeluaran seperti biaya sewa dan karyawan. Jika UMKM (Usaha Kecil Menengah) memutuskan untuk berhenti, maka akan banyak pengangguran.³⁵

Semakin banyaknya pengangguran, tentunya akan menambah masalah baru. Sebaliknya, jika pemerintah tidak erat dalam penanganan Covid - 19, sudah tentu masa pemulihan akibat Covid

³⁵ Hasil observasi awal penulis dengan Bapak Harfeni Husen, Selaku Salah Satu Pemilik UMKM di *Gampong Blok Bengkel* Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, 19 Oktober 2020.

- 19 ini menjadi lama. Sampai saat ini masalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) masih menjadi problematika yang sangat serius pada semua lapisan masyarakat yang berprofesi sebagai pemilik bisnis. Oleh karena itu besar harapan kepada mahasiswa selaku calon intelektual harus mampu mencari jalan keluar dan memecahkan masalah terkait UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tersebut sehingga terciptanya solusi dan strategi yang kongkrit sehingga masalah ini bisa teratasi secepatnya. Studi ini fokus untuk melihat bagaimana usaha mikro bertahan di tengah situasi Covid - 19 di *Gampong Blok Bengkel* Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie.

Metode Penelitian

Dalam hal ini peneliti berupaya untuk mempersempit dan menyederhanakan terhadap sarana dan riset yang terlalu luas dan rumit. Fokus objek penelitian disini adalah Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid-19 Di *Gampong Blok Bengkel* Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Yang mana dapat kita ketahui bahwasanya profesi ini sebagai mata pencarian untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Penelitian merupakan penelitian (*field research*) dan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif juga merupakan suatu proses penelitian yang mana menggunakan pengamatan yang dilakukan tanpa pengolahan data dengan angka - angka melainkan dalam hal ini menggunakan hasil pengamatan peneliti terhadap fenomena sosial yang ada di dalam masyarakat yang terjadi dilapangan.

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian yang memberikan pemahaman berdasarkan metodologi yang bersifat menyelidiki suatu fenomena sosial yang ada di dalam masyarakat.³⁶ Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. moleong, mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Ini diarahkan pada latar belakang dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian suatu keutuhan.³⁷

³⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Ed,1, Cet. 1, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group,2011), hal.42.

³⁷ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002),hal.4

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemilik Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap perempuan petani garam yang ada di *Gampong Blok Bengkel*. Hasil observasi yang dilakukan, bahwa pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) saat ini ada yang sudah tidak lagi berbisnis dikarenakan pandemi Covid-19 dan ada juga yang masih berbisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di masa pandemi ini dengan menggunakan bermacam strategi, untuk bisa bertahan melewati masa – masa pandemi Covid – 19 ini. Seluruh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berjumlah 7 orang, terdiri dari 2 perempuan dan 5 laki – laki. Dan diantaranya yang masih bertahan ada bisnis makanan ringan, tempel ban, minum – minuman, pulsa, dan jajanan ringan, ini bisnis yang masih bertahan di masa pandemi Covid -19 ini.

Peneliti melakukan wawancara terhadap *Keuchik Gampong Blok Bengkel* di Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie. Hasil wawancara dengan M.Ashrien selaku *Keuchik Gampong Blok Bengkel* mengatakan “Ditengah Covid-19 ini, penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan dikarenakan pola masyarakat yang lebih banyak berdiam dirumah. Selain itu banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memilih tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya pembatasan jam operasional atau PSBB (Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar) di beberapa daerah. Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah memperluas jaringan akan secara langsung mempengaruhi hubungan antara perusahaan atau personel bisnis dengan pemasok, pelanggan, dan pesaingnya, dan dapat dengan mudah mempromosikan produk dan mengadopsi metode pemasaran pedagang lainnya.”³⁸

Dilanjutkan oleh Bapak Harfeni Husen sebagai Tokoh Adat sekaligus pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) “ada banyak profesi yang bisa kita inginkan, namun kenapa banyak orang yang menginginkan profesi menjadi berbisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) saya salah satunya, salah satu alasan yang banyak diberikan ialah, bisnis ini tidak ada patokan ijazah dan

³⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak M Ashren Selaku *Keuchik* di *Gampong Blok Bengkel*, 10 Juli 2021.

usia, di bisnis ini juga siapa saja bisa memulai dan berdagang tanpa ada syarat tertentu, sehingga membuat saya bersemangat dalam berbisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).”³⁹

Hasil Wawancara dengan Ibu Teifanur selaku *Tuha Peut Gampong* Blok Bengkel “Pandemi Covid-19 yang dialami Indonesia sangat menurunkan omzet penjualan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Berkurangnya jumlah konsumen di beberapa bisnis menuntut pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk mampu memasarkan produknya dengan sebaik-baiknya serta kreatif dan inovatif. Pada saat terjadi pandemi Covid-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis.⁴⁰ Pada masa ini pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) harus cerdas dalam mengambil sebuah keputusan dengan pola pikir panjang dan buka sembarangan, pemilik bisnis harus memikirkan resiko yang akan dilalui kedepannya.

Hasil wawancara dengan Ibu Nurjannah selaku pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah),” mengapa saya memilih berprofesi sebagai pemilik bisnis, ialah saya bebas dalam berdagang, tanpa ada paksaan dari atasan dan saya bebas jika ingin membuka usaha kapanpun, tidak ada halangan dari pihak manapun, dan sangat mudah untuk dikerjakan dalam waktu tertentu.⁴¹

Ibu Azelin mengatakan “ bahwasanya ada beberapa faktor yang membuat dirinya tetap bertahan sebagai pemilik bisnis ialah, uang yang didapatkan langsung per hari, hasil yang di dapatkan perhari bisa sampai 1 jutaan, dan ini tergantung konsumen tiap hari nya, bisnis ini juga sangat mudah dijalankan tidak ribet seperti kita kerja di kantoran yang harus bangun pukul tertentu dan pulang pukul tertentu.⁴²

Ditambahkan oleh Bapak Maimun,” kebanyakan dari pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ini hanya memikirkan uang yang didapatkan perhari, namun lupa dengan plan dan target kedepan yang akan di capainya, dan mengapa saya masih bertahan di bisnis ini, karena ini membuat saya teruji dalam segala hal sehingga membuat saya tertarik dan tetap bertahan di bisnis ini.⁴³

³⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Harfeni Husen Selaku Tokoh Adat dan Pemilik Bisnis di *Gampong* Blok Bengkel, 12 Juli 2021.

⁴⁰ Hasil Wawancara Dengan Ibu Teifanur Selaku *Tuha Peut* di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁴¹ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nurjannah Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁴² Hasil Wawancara Dengan Ibu Azelin Nasution Selaku Pemilik Bisnis Minuman dan Makanan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

⁴³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Maimun Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong* Blok Bengkel, 11 Juli 2021.

Dilanjutkan wawancara dengan Bapak Joni,” saya pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang Tempel Ban, ini sebuah bisnis yang sebenarnya sangat sulit mendapatkan penghasilan yang tidak menentu per harinya, namun saya ingin berpindah profesi akan tetapi terhalangi oleh pendidikan dan ijazah, sehingga membuat saya tetap memilih bisnis ini untuk menopang ekonomi keluarga.⁴⁴

Hasil wawancara dengan Bapak Andika,” memulai bisnis UMKM (Usaha Mikro kecil Menengah) tidak serumit kita melamar pekerjaan, dimana kita harus memiliki syarat dari pendidikan yang tinggi dan ditambah lagi dengan syarat – syarat yang lainnya, dimana di masa pandemi Covid-19 banyak karyawan yang sudah terkena pemutusan kontrak, sehingga ini menjadi alasan saya tetap berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang kartu dan pulsa. Apalagi bisnis ini sangat mudah dijalankan serta sangat banyak minat konsumen, dikarenakan pada zaman ini semua orang sudah menggunakan *handphone* untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya.⁴⁵

Ditambahkan oleh Bapak Dimas selaku pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang minuman ringan,” ini salah satu profesi yang sangat mudah dijalankan dan sangat mudah dikerjakan oleh orang banyak baik itu yang sudah berpengalaman maupun belum, maka banyak orang yang begitu mudah memulai bisnis ini.⁴⁶

Strategi Mempertahankan Bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di masa Pandemi Covid – 19

Hasil wawancara dengan Bapak M.Ashrien selaku *Keuchik Gampong Blok Bengkel*, “sejauh ini belum ada pendampingan khusus yang diberikan kepada pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), melainkan hanya ada bantuan yang diberikan langsung oleh Pemerintah Pusat, sebesar 1.200.000 (satu juta dua ratus ribu) dan itu langsung di ambil sama mereka yang mempunyai bisnis ke Bank. Untuk perubahan sampai saat ini belum ada tampak pasti, dikarenakan mereka menggunakan bantuan tersebut untuk menutupi modal usaha.”⁴⁷ Ada banyak strategi yang bisa digunakan oleh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro kecil Menengah), dari segi promosi, membuat

⁴⁴ Hasil Wawancara Dengan Bapak Joni Selaku Pemilik Bisnis Tempel ban di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021.

⁴⁵ Hasil Wawancara Dengan Bapak Andika Selaku Pemilik Bisnis Kartu Paket dan Ponsel di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021.

⁴⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Dimas Selaku Pemilik Bisnis Minuman Ringan di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021

⁴⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak M Ashren Selaku *Keuchik* di *Gampong Blok Bengkel*, 10 Juli 2021.

video kreatif tentang produk yang dijual nya, sampai memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan, dari menyiapkan masker, *handsanitizer* serta tempat duduk yang di buat khusus untuk menuruti PROKES (Protokol Kesehatan) ini membuat pelanggan makin bertahan untuk tetap belanja di bisnis tersebut.

Ditambahkan oleh Bapak Harfeni Husin, “Dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) hampir sebagian besar seorang manajer adalah owner dari perusahaan tersebut, sehingga laporan keuangan dapat diketahui lebih update dan lebih detail olehnya. Maka, sangat penting bagi manajer untuk melakukan kegiatan administrasi keuangan secara tertib dan disiplin guna pengambilan keputusan.”⁴⁸

Konsep manajemen keuangan mengacu pada pengaturan kegiatan atau aktivitas keuangan dalam organisasi (termasuk rencana, analisis, dan pengendalian kegiatan keuangan. Pandemi Covid-19 membuat dan sulit untuk diperoleh kembali sehingga 40% UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ditutup.

Angka ini tampaknya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu: penutupan karena ketidakmampuan mendistribusikan barang atau jasa, dan penutupan karena kepatuhan terhadap perintah PSBB (Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala) dan jarak sosial. Ada beberapa alasan mengapa situasi ini bisa bangkrut. Alasan utamanya adalah permintaan pasar yang tidak mencukupi yang secara tiba-tiba naik di luar pemikiran, namun stok tidak mencukupi, melainkan kekurangan produksi barang.

Ada beberapa strategi yang bisa dilakukan selama masa pandemi Covid-19, walaupun tidak bisa membuat konsumen naik drastic, namun setidaknya bisa membantu untuk membantu bisnis tetap berjalan, yaitu dengan menggunakan internet dan memanfaatkan *digital marketing*, kenapa demikian dikarenakan kita sudah canggih dan mencapai pada zaman modern di 4.0 atau lebih dikenal dengan *four point zero*.

Pada saat terjadi pandemi Covid-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis, dan salah satu upaya untuk membuat produk yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah dengan melakukan *digital marketing*. Era digital yang berkembang pesat saat ini tidak bisa dihindari. Bapak Harfeni Husen mengungkapkan jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) harus bisa memaksimalkan manfaat perkembangan digital.

⁴⁸ Hasil Wawancara Dengan Bapak Harfeni Husen Selaku Tokoh Adat dan Pemilik Bisnis di *Gampong Blok Bengkel*, 12 Juli 2021

Pemasaran digital adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial.

Hasil wawancara dengan Bapak Dimas,” untuk strategi dan promosi kita menggunakan handphone, dimana handphone berperan penting selama masa pandemi Covid-19, memudahkan para konsumen untuk membeli dan memudahkan para pemilik bisnis untuk melakukan promosi menggunakan media sosial.⁴⁹ Bapak Andika mengatakan,” selama masa pandemi Covid-19 memang ada penurunan pelanggan, hal itu dikarenakan adanya PSBB (Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala), sehingga membuat pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) kebingungan mencari solusi, ada diantara kami yang tidak bisa bertahan dan ada yang bertahan, itu semua berpengaruh pada strategi yang digunakan nya, saya memanfaatkan *E-Commerce* penjualan menggunakan sebuah aplikasi di *handphone* dan pembayarannya langsung melalui *mobile banking*, ini bahkan membuat pelanggan mudah untuk membeli sesuatu tanpa harus berpergian keluar rumah.⁵⁰

Hasil wawancara dengan Bapak Maimun, selama masa pandemi Covid -19 banyak tantangan yang dilalui oleh pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), dari menurunnya jumlah pelanggan yang hampir sangat drastis, dan juga penurunan omset pendapatan sekitar 45%, hal ini membuat pemilik bisnis harus memikir keras untuk mencari solusi sehingga bisnis tetap bisa berjalan. Salah satu strategi yang saya gunakan yaitu memanfaatkan situasi dengan cara memutar balikkan modal, yang sebelumnya hanya menjual makanan ringan, dan selama masa pandemi Covid-19, saya menjual apa yang masyarakat butuhkan, contohnya seperti makanan yang sehat.⁵¹

Bapak Joni mengatakan,” tidak ada strategi khusus yang bisa diterapkan oleh kami pemilik bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dibidang tempel ban, hanya melainkan dengan menggunakan cara yaitu mengurangi modal terhadap bisnis, dan menggunakan uang yang didapat dari bantuan yang diberikan Pemerintah Pusat dengan menutupi hutang dan modal yang ada.⁵²

⁴⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Dimas Selaku Pemilik Bisnis Minuman Ringan di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021

⁵⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Andika Selaku Pemilik Bisnis Kartu Paket dan Ponsel di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021.

⁵¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Maimun Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021

⁵² Hasil Wawancara Dengan Bapak Joni Selaku Pemilik Bisnis Tempel ban di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021.

Ibu Azelin menambahkan,” ada beberapa strategi yang kami gunakan, dari memanfaatkan *handphone*, menggunakan media sosial, dan *ECommerce*, Peserta UMKM tidak hanya dapat menggunakan e-commerce sebagai portal penjualan, tetapi juga menjalin relasi dan membangun konsep pasar baru, namun kita ketahui bahwasannya setiap strategi yang kita telah atur, kita juga harus menerima konsekuensi yang terjadi di lapangan nantinya.⁵³

Hasil wawancara dengan Ibu Teifanur,” selama masa pandemi Covid-19, pihak aparat *Gampong* hanya memberikan pendampingan dari segi pelaksanaan, seperti memberikan masker serta *handsanitizer* kepada pemilik bisnis UMKM (Usaa Mikro Kecil Menengah) sehingga pelanggan lebih nyaman dalam belanja dan bisa menerapkan Protokoler Kesehatan.

Selama pandemi, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) seharusnya tidak hanya fokus untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga harus menjaga produk dan menjaga pelanggan yang ada, membangun kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya mendapatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan setia tidak akan beralih ke pelanggan lain karena mereka sudah percaya dengan produk kita, Salah satu cara agar UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dapat bertahan dari penurunan aktivitas bisnis adalah dengan menjalin hubungan pemasaran dengan pelanggan, Ini adalah konsep strategi pemasaran yang dirancang untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan.⁵⁴

Ibu Nurjannah mengatakan,” sejak adanya pandemi Covid-19 sekolah pada online, penurunan omset pendapatan yang sangat drastis sekitar 60%. Dimana sebelumnya kami pemilik bisnis bergantung kepada siswa yang berbelanja di sekolah, sehingga semenjak sekolah online, kami harus mencari strategi untuk menopang ekonomi keluarga, dan memulai bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan memanfaatkan halaman teras rumah, hal ini yang bisa saya gunakan, dan sampai sekarang bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) masih tetap berjalan.⁵⁵

⁵³ Hasil Wawancara Dengan Ibu Azelin Nasution Selaku Pemilik Bisnis Minuman dan Makanan di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021.

⁵⁴ Hasil Wawancara Dengan Ibu Teifanur Selaku *Tuha Peut* di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021.

⁵⁵ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nurjannah Selaku Pemilik Bisnis Makanan Ringan di *Gampong Blok Bengkel*, 11 Juli 2021.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Mempertahankan Bisnis Pada Situasi Covid - 19 di *Gampong* Blok Bengkel Kecamatan Kota Sigli Kabupaten Pidie, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor yang membuat masyarakat *Gampong* blok bengkel memilih berprofesi sebagai pemilik bisnis UMKM (usaha mikro kecil menengah) ditengah masa pandemi Covid -19 ialah faktor pendidikan, dan faktor keinginan sendiri untuk membuka bisnis, tingkat pendidikan yang rendah sehingga susah untuk mencari pekerjaan ditambah dengan peluang atau lowongan kerja yang sangat sedikit dan punya keinginan yang sangat kuat terhadap bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), dengan kata lain dengan membuka bisnis, tidak ada keterikatan dengan atasan, bisa langsung dikelola oleh sendiri, dan mendapatkan masukan langsung per harinya.
2. Strategi bisnis UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang digunakan selama masa pandemi Covid-19, agar tetap berjalan dan mendapatkan keuntungan ialah Menggunakan *E-commerce* sebagai *platform* untuk mendapatkan pelanggan dengan mudah serta bisa mempromosikan sebuah produk dengan berbagai macam kreativitas. Sekalipun tidak sempurna, *E-commerce* secara langsung mempengaruhi hubungan antara perusahaan atau personel bisnis dengan pemasok, pelanggan, dan pesaingnya.

Seiring dengan pandemi Covid-19, *E-commerce* menjadi pilihan ideal bagi konsumen. Peserta UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) bisa bertahan bahkan berpotensi memasuki wilayah pasar baru. Pada saat terjadi pandemi Covid-19, internet harus dimanfaatkan termasuk berbisnis, dan salah satu upaya untuk membuat produk yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah dengan melakukan *digital marketing*. Serta dapat dengan mudah mempromosikan produk dan mengadopsi metode pemasaran pedagang lainnya Metode digital marketing yang sering digunakan para pebisnis adalah dengan menggunakan media sosial, seperti memasarkan produk, melalui Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman dan Soejono. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, Cet. 2, Jakarta : Rineka Cipta dan Bina Adiaksara. 2005
- Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba, Laksana*, Jogjakarta. 2014.
- Bambang Riyanto, “*Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*”, Yogyakarta: BPFE. 1997.
- Burhan Bungin, (ed), *Metode Penelitian Kualitatif : Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2006.
- Christin H, Nurlela, Sugiarto, Paulus, Y.E.F M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Conny Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Gramedia. 2010
- Dr. Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Dr. H. Muhammad Rusydi, Dr. H. Abd. Rahman Rahim, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad Saw*, Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah. 2016.
- Enderwati Tri Wijayanti, “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mebel Rimba Sentosa di Sukoharjo*”, Skripsi Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2005.
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II Yogyakarta: Andi. 2000.
- Freddy Rangkyu. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama. 2006.
- <https://jdih.kemenkeu.go.id/> di akses 23 Oktober 2021
- Idri Hastuti Listyawati, dalam jurnalnya yang berjudul “*Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*” Jurnal JBMA. Vol. 1. Nomor 2.ISSN:2252-5483.Yogyakarta: Akademi Manajemen Administrasi, 2013.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: PT RinekaCipta. 2004.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Ed, 1, Cet. 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.
- Kasimin, Romano dan Lutfiani, *Preferensi Konsumen Terhadap Furnitur di Kota BandaAceh*. Jurnal Ilmiah Pertanian Unsyiah. Vol. 2. No. 1 Februari 2017. ([http://jim.unsyiah.ac.id/.](http://jim.unsyiah.ac.id/)) Diakses pada tanggal 21 Oktober 2020
- Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya. 2002.
- Nasir Budiman,dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* cet:1 Banda Aceh: ArRaniry. 2004.
- [Repository.metrouniv.ac.id](https://repository.metrouniv.ac.id). di akses 22 oktober 2020
- Sewu Lindawaty dan Ibrahim Jones, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*,Bandung:PT Refika Aditama. 2007.
- Siti Khotijah, *Smart Strategy of “Marketing” Persaingan Pasar*, Alfabeta, Bandung. 2004.
- Sopiah, Etta Mamang Sengaji, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*, ed 1 yoqyakarta: Andi. 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dan R&D*,Bandung : Alfabeta. 2013.

- Suparmoko dan Irawan, “*Ekonomi Pembangunan*”, Yogyakarta: BPFE. Syafi’i. 1998.
- Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 Jakarta: GemaInsani. 2001.
- Tabroni dan Imam Supra yoga, *Metode Penelitian Agama*, Bandung:Remaja Rosdakarya. 2003.
- Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, Bogor : Ghalia Indonesia. 2009.
- Widjaja, “*Manusia Indonesia Individu, Keluarga, dan Masyarakat*”. Jakarta: Akademika Pressindo. 1985.
- www.bps.go.id di akses 19 oktober 2020.
- www.kemkes.go.id di akses 19 Oktober 2020.