

LAPORAN AKHIR PENELITIAN SKEMA INTERNAL

**Analisis Strategi Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19
Terhadap UKM Melalui Pendekatan Akar Masalah dan Klassen**



Ketua : Dr. Suparmono, M.Si (NIDN. 0518037302)

Anggota 1 : -

Anggota 2 : -

**LEMBAGA MANAJEMEN, PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
(LMP2M)**

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN

YOGYAKARTA

JANUARI 2022

Dibiayai oleh:

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN

Sesuai dengan kontrak penelitian

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Analisis Strategi Penanggulangan Dampak
Pandemi Covid-19 Terhadap UKM Melalui
Pendekatan Akar Masalah dan Klassen
Bidang Penelitian : Ekonomi

Identitas Peneliti (Ketua)

Nama : Dr. Suparmono, M.Si
Jenis Kelamin : Laki-Laki
NIDN : 0518037302
Pangkat/Golongan : Lektor 300
Jabatan Fungsional : Lektor
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta
Program Studi : Manajemen
Status Dosen : Dosen Tetap
Jumlah Tim Peneliti : 1 (satu) orang
Nama Tim Peneliti 1 : Dr. Suparmono, M.Si
Nama Tim Peneliti 2 : -
Lokasi Penelitian : Kabupaten Magelang
Jumlah Biaya
Peneliti (Mandiri) : -
Perguruan Tinggi : Rp. 5.000.000 (Lima Juta Rupiah)

Yogyakarta, 07 Januari 2022



Dra. Retno hartati, M.B.A.
NIDN. 0003025904

Peneliti,



Dr. Suparmono, M.Si
NIDN. 0518037302

Menyetujui,
Ketua LMP2M STIM YKPN



Tri Utomo Prasetyo, S.E., M.Ec.Dev.
NIDN. 0518039302

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	iv
Daftar Gambar	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Kriteria UMKM	5
2.2. Definisi Usaha Kecil dan Mikro	6
2.3. Pengembangan UMKM di Indonesia	7
2.4. Pertumbuhan Ekonomi	8
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1. Jenis Penelitian	14
3.2. Jenis Data	14
3.3. Pengumpulan Data	16
3.4. Teknik Analisis Data	16
3.5. Penentuan Sampel	19
3.6. Kerangka Fikir Studi	24
BAB IV PROFIL DAN PERMASALAHAN	25
4.1. Profil Pelaku Usaha	25
4.2. Permasalahan dan Harapan	30
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Distribusi Sampel Setiap Klaster/Asosiasi Kelompok Usaha	22
Tabel 4.1. Permasalahan dan Harapan Responden EMBICO	30
Tabel 4.2. Permasalahan dan Harapan Responden HUMPUS	31
Tabel 4.3. Permasalahan dan Harapan Responden Komunitas Pengusaha Kreatif (KPK)	32
Tabel 4.4. Permasalahan dan Harapan Responden UMKM BOROBUDUR	33
Tabel 4.5. Permasalahan dan Harapan Responden Paguyuban Batik Sawut Sewu	35
Tabel 4.6. Permasalahan dan Harapan Responden Klaster Batu	36
Tabel 4.7. Permasalahan dan Harapan Responden Klaster Pariwisata	37
Tabel 4.8. Permasalahan dan Harapan Responden Klaster Bambu	37
Tabel 4.9. Permasalahan dan Harapan Responden Asosiasi Peternak Ayam Petelur	38

Tabel 4.10.		
Permasalahan dan Harapan Responden		
Asosiasi Peternakan Sapi Perah	39
Tabel 4.11.		
Permasalahan dan Harapan Responden		
KWT Nira Lestari	39
Tabel 4.12.		
Permasalahan dan Harapan Responden		
Komunitas UMKM Kopi Magelang	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.2. Dampak Pandemi <i>Covid-19</i> terhadap Produksi	17
Gambar 3.3. Dampak Pandemi <i>Covid-19</i> terhadap Perubahan Omzet Perusahaan	18
Gambar 3.1 Bagan Alir Penelitian	19
Gambar 4.1 Rata-Rata Nilai Aset pada UKM di Kabupaten Magelang	25
Gambar 4.2 Status Kepemilikan Aset pada UKM di Kabupaten Magelang	27
Gambar 4.3 Jumlah Modal Usaha pada UKM di Kabupaten Magelang	28
Gambar 4.4 Sumber Permodalan pada UKM di Kabupaten Magelang	29
Gambar 5.1. Analisis Pohon Permasalahan	45

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis dampak Pandemi *Covid-19* terhadap UKM di Kabupaten Magelang, (2) Mengidentifikasi ragam dampak Pandemi *Covid-19* bagi UKM dan permasalahannya yang ditipologikan berdasarkan dampak yang dialami oleh masing-masing klaster, (3) Menganalisis dampak Pandemi *Covid-19* terhadap UKM menurut jenis berdasarkan penyebabnya, dan (4) Strategi penanganan dampak *Covid-19* terhadap UKM. Alat analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian di atas adalah dengan menggunakan tipologi Klassen dan analisis akar masalah (RCA). Dari analisis akar permasalahan, terdapat permasalahan berupa, berkurangnya jumlah konsumen karena sektor-sektor potensial seperti pariwisata yang biasanya menarik banyak konsumen dikurangi aktivitasnya oleh pemerintah. Selain itu, pelaku usaha UKM kesulitan untuk memasarkan produknya karena adanya pembatasan aktivitas baik di Kabupaten Magelang maupun wilayah lainnya. Ketiga, menurunnya daya beli masyarakat karena aktivitas perekonomian semakin lesu. Bantuan pemasaran online memang menjadi solusi bagi sebagian besar pelaku usaha untuk tetap bertahan dari kondisi pandemi covid-19 ini, akan tetapi yang perlu dipahami bahwa tidak semua pelaku usaha, khususnya kelas UKM yang mampu mengoptimalkan penggunaan e-commerce ataupun media sosial untuk memasarkan produk ataupun jasanya, sehingga banyak dari pelaku usaha yang terkena dampak pemasaran dari adanya pembatasan aktivitas masyarakat tersebut. Berdasarkan analisis data dan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UKM di Kabupaten Magelang, maka dapat dirumuskan 3 strategi strategis yaitu: (1) Strategi Pra Kegiatan Utama; (2) Strategi Bidang Pemasaran; (3) Strategi Bidang Produksi.

Kata Kunci: UMKM, Pandemi covid-19, akar masalah, strategi pemasaran, bantuan produksi, Magelang

ABSTRACT

This study aims to (1) analyze the impact of the Covid-19 Pandemic on SMEs in Magelang Regency, (2) Identify the various impacts of the Covid-19 Pandemic for SMEs and their problems typologically based on the impacts experienced by each cluster, (3) Analyze the impact of the COVID-19 pandemic on SMEs. The Covid-19 pandemic on SMEs by type based on the cause, and (4) Strategies for handling the impact of Covid-19 on SMEs. The analytical tool used to answer the research objectives above is to use the Klassen typology and root cause analysis (RCA). From the root cause analysis, there are problems in the form of a reduction in the number of consumers because potential sectors such as tourism which usually attracts a lot of consumers are reduced by the government's activities. In addition, SME business actors find it difficult to market their products due to activity restrictions both in Magelang Regency and other areas. Third, the decline in people's purchasing power due to increasingly sluggish economic activity. Online marketing assistance is indeed a solution for most business actors to survive the Covid-19 pandemic, but what needs to be understood is that not all business actors, especially the SME class, are able to optimize the use of e-commerce or social media to market their products or services. services, so that many business actors are affected by marketing from the restrictions on community activities. Based on data analysis and identification of problems faced by SMEs in Magelang Regency, three strategic strategies can be formulated, namely: (1) Pre-Main Activity Strategy; (2) Marketing Sector Strategy; (3) Production Sector Strategy.

Keywords: UMKM, Covid-19 pandemic, root of the problem, marketing strategy, production assistance, Magelang

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejak terjadinya Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*, sektor UKM diprediksi sebagai salah satu sektor yang paling terdampak (Shafi et al., 2020). Hal ini dilatarbelakangi oleh beberapa hal antara lain kesulitan dalam perolehan bahan baku, peningkatan biaya produksi, perubahan pola bisnis dan perilaku konsumen, dan kontraksi antara permintaan dan penawaran akibat ketidakpastian kondisi perekonomian (Lu et al., 2020). Apabila hal ini dibiarkan tanpa ada solusi, dikhawatirkan akan menimbulkan kondisi UKM yang semakin buruk bahkan dapat berhenti melakukan usaha sehingga muncul dampak lanjutan berupa kredit macet, pemutusan hubungan kerja, kebangkrutan pemilik usaha, serta permintaan dan penawaran yang semakin menurun. Lebih jauh lagi hal tersebut dapat menyebabkan meningkatnya jumlah pengangguran dan angka kemiskinan di Kabupaten Magelang.

Perekonomian Kabupaten Magelang mengalami transformasi dari ketergantungan terhadap sektor pertanian kepada sektor-sektor lainnya. Dengan seluruh kondisi di atas, maka timbul pertanyaan apakah perubahan kontribusi sektoral yang terjadi telah didasarkan kepada strategi kebijakan pembangunan yang tepat, yaitu strategi yang memberikan dampak yang optimal bagi pertumbuhan ekonomi, peningkatan lapangan pekerjaan, dan peningkatan kesejahteraan penduduk. Karena untuk melaksanakan pembangunan dengan sumber daya yang terbatas, sebagai konsekuensinya harus difokuskan kepada pembangunan sektor-sektor yang memberikan dampak pengganda (*multipliereffect*) yang besar terhadap sektor-sektor lainnya atau perekonomian secara keseluruhan.

Sebagai sektor yang menjadi penggerak ekonomi di Kabupaten Magelang dan memperhatikan dampak yang mungkin timbul bagi sektor UKM tersebut, maka penting dilakukan penelitian untuk mengkaji sejauh mana dampak yang dialami oleh UKM di Kabupaten Magelang sehingga dapat dirumuskan langkah-langkah penanganannya. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, Pemerintah Kabupaten Magelang melalui Bappeda dan Litbangda melaksanakan Kajian Penanganan Dampak *Covid-19* Terhadap Pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Magelang Tahun 2020 dengan

menggunakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Tahun 2020 pada kegiatan Penelitian dan Pengembangan Ekonomi dan Pengembangan Wilayah.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai *gap* antara kondisi UKM yang diharapkan dengan kondisi riil di lapangan. Selanjutnya hasil analisis ini akan menjadi dasar untuk perumusan rekomendasi strategi penanganan dan indikasi program, kegiatan serta pendanaan yang diperlukan untuk pemulihan kondisi UKM di Kabupaten Magelang.

Pandemi menyebabkan pertumbuhan perekonomian terhambat, tidak hanya itu, berkurangnya interaksi antarmanusia juga mengakibatkan kegiatan ekonomi tidak dapat berjalan lancar (Ranasinghe et al., 2020). Dampak yang terjadi juga dirasakan oleh kelompok masyarakat berpenghasilan rendah, pelaku usaha kecil, dan pekerja disektor informal (Maciel et al., 2020)(Patel et al., 2020). Seluruh sektor industri merasakan dampak dari pandemi dengan ditunjukkan dengan pertumbuhan profit yang menurun bahkan minus (Suryahadi et al., 2020a)(Webster et al., 2020)(Suryahadi et al., 2020b)

Permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha, termasuk usaha kecil dan mikro adalah mulai dari menyiapkan produksi sampai dengan kemampuan memasarkan produk yang dihasilkan (Gerald et al., 2020). Permasalahan yang sering dialami, terutama oleh usaha kecil dan mikro adalah terkait dengan ketersediaan dan kontinuitas bahan baku, kemampuan dalam memperluas area pemasaran, dan ketidakstabilan penjualan (Liguori & Pittz, 2020).

Menurut Organisasi Kerjasama dan Pembangunan Ekonomi Dunia/ *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), dalam menghadapi pandemi ini UKM membutuhkan pengetahuan yang memadai guna memahami strategi pertahanan dalam bisnis (Seah, 2020). Pengetahuan tentang strategi yang mencukupi akan mampu meningkatkan ketahanan dan fleksibilitas UKM dan mempengaruhi kemampuan beradaptasi di masa pandemi (Centre et al., 2020) .

Untuk menyelamatkan UKM dari dampak pandemi ini, pemerintah perlu memetakan seberapa parah dampak tersebut dan pada kluster usaha mana dampak tersebut paling dirasakan(Antonescu, 2020). Kenaikan harga bahan baku karena mandegnya sebagian kegiatan ekonomi dan menurunnya daya beli yang berakibat produk usaha kecil tidak terbeli merupakan masalah nyata yang dihadapi oleh sebagian besar pelaku usaha kecil dan mikro (Bouey, 2020).

Permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha, termasuk usaha kecil dan mikro adalah mulai dari menyiapkan produksi sampai dengan kemampuan memasarkan produk yang dihasilkan [14]. Permasalahan yang sering dialami, terutama oleh usaha kecil dan mikro adalah terkait dengan ketersediaan dan kontinuitas bahan baku, kemampuan dalam memperluas area pemasaran, dan ketidakstabilan penjualan [15].

Saat ini tantangan UKM bukan hanya tentang bagaimana mengembangkan bisnis tetapi juga menjalankan strategi untuk bertahan (Papadopoulos et al., 2020). Kaitannya dengan membentuk strategi, perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu kelemahan, keunggulan, peluang dan tantangan. Dalam hal ini analisis SWOT sangat diperlukan. Analisis yang dikembangkan oleh Albert Humphrey (1960) merupakan salah satu alat yang paling banyak digunakan dan paling efektif untuk memetakan kondisi usaha guna menentukan strategi untuk menghadapi tantangan yang ada (Schooley, 2019).

Strategi pemasaran melalui digitalisasi mutlak diperlukan untuk memperluas pemasaran, terlebih lagi pada masa pandemi COVID-19 yang mana sebagian masyarakat memiliki keterbatasan dalam melakukan aktivitas ekonomi di ruang terbuka (Guo et al., 2020). UKM memainkan peran penting dalam mempromosikan inovasi teknologi, meningkatkan lapangan kerja, dan menjaga stabilitas sosial. Namun, karena kekurangan sumber daya, UKM jauh lebih rentan terhadap krisis publik dibandingkan dengan perusahaan lain (Guo et al., 2020) (Brown & Rocha, 2020).

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar dampak pandemi covid-19 terhadap usaha mikro dan kecil di Kabupaten Magelang dan bagaimana mengidentifikasi permasalahan tersebut untuk merumuskan strategi mengatasi permasalahan tersebut dalam kerangka rencana aksi atau *Plan of action* (PoA).

1.3. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini adalah seberapa besar dampak pandemi covid-19 terhadap usaha mikro dan kecil di Kabupaten Magelang dari aspek produksi dan pemasaran.

1.4. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dampak Pandemi *Covid-19* terhadap UKM di Kabupaten Magelang
2. Mengidentifikasi ragam dampak Pandemi *Covid-19* bagi UKM dan permasalahannya yang ditipologikan berdasarkan dampak yang dialami oleh masing-masing klaster
3. Menganalisa dampak Pandemi *Covid-19* terhadap UKM menurut jenis berdasarkan penyebabnya.
4. Strategi penanganan dampak *Covid-19* terhadap UKM.

1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi

- a. Bahan referensi untuk penelitian dosen yang terkait dengan usaha mikro dan kecil
- b. Meningkatkan kinerja perguruan tinggi dalam Simlitabmas
- c. Sebagai bahan acuan bagi mahasiswa dalam menulis skripsi

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kriteria UMKM

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, bahwa struktur UMKM di bagi menjadi 4 (empat) kriteria, yaitu:

1. Usaha Besar, merupakan usaha yang memiliki aset lebih besar dari Rp.10 miliar Rupiah dan omset diatas Rp. 50 miliar.
2. Usaha Menengah, merupakan usaha yang memiliki aset lebih besar dari Rp. 500 juta hingga Rp. 10 miliar dan omset diatas Rp. 2,5 miliar hingga Rp5 miliar
3. Usaha Kecil , merupakan usaha yang memiliki aset lebih besar dari Rp. 50 juta hingga Rp. 500 juta dan omset diatas Rp. 300 juta hingga Rp. 2,5 miliar .
4. Usaha Mikro, merupakan usaha yang memiliki aset maksimum Rp. 50 juta dan omset maksimum sebesar Rp. 300 juta

Selain mengacu pada regulasi yang ada, Rahmana (2008) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima. Definisi pada kategori ini melihat UMKM sebagai sebuah usaha yang belum memiliki kelembagaan yang ideal dan sebagian besar belum memiliki badan hukum. UMKM dipandang sebagai usaha yang muncul dari upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumennya sehingga tidak memerlukan badan hukum usaha yang ideal.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Kriteria ini melihat UMKM sebagai sektor produksi dalam skala kecil tapi belum memiliki kemampuan pemasaran dan pengelolaan bisnis yang mumpuni. Sehingga proses bisnisnya mengandalkan kemampuan produksi.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor. Kriteria ini mendefinisikan UMKM sebagai usaha sudah memiliki

kompetensi untuk mengelola bisnisnya, bahkan menjalankan pekerjaan dari usaha lainnya. Dalam konteks ini, terjadi peningkatan kompetensi dari kriteria sebelumnya karena semakin baiknya pemahaman terhadap bisnis.

4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB). Transformasi dari usaha kecil menengah menjadi usaha besar disertai dengan semakin idealnya kelembagaan serta kompetensi bisnis pelaku usaha sudah mampu untuk menciptakan pasar yang luas. Selain itu *networking* sudah semakin banyak untuk menopang pengembangan bisnis yang ada. Definisi ini membantu melihat proses perubahan UKM menjadi usaha yang besar.

2.2. Definisi Usaha Kecil dan Mikro

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja yaitu untuk usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja lima sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

Kedua definisi ini memiliki pendekatan yang berbeda dalam melihat UMKM. Definisi yang diajukan dalam Undang-Undang misalnya menitikberatkan definisi UMKM kelembagaannya. Sedangkan BPS melihatnya dalam jumlah tenaga kerja yang diserap. Walaupun memiliki definisi yang berbeda, kedua *stream* definisi telah mendominasi makna UMKM di Indonesia.

2.3. Pengembangan UMKM di Indonesia

Berdasarkan Renstra Kemenkop UKM Tahun 2020-2024, pengembangan UMKM mengacu pada arah kebijakan kedua yang berbunyi “Meningkatkan Daya Saing UMKM di Pasar Domestik dan Global”. Sesuai dengan arahan dalam RPJMN Tahun 2020-2024, arah kebijakan pengembangan UMKM di Indonesia menjadi salah satu fokus yang dibenahi oleh pemerintah.. Beberapa kebijakan terkait pengembangan usaha mikro sebagai berikut:

1. Peningkatan Potensi dan Peluang Usaha Mikro melalui, Pemetaan Potensi Usaha Mikro, Penguatan Kelembagaan, Tatakelola dan Manajemen Usaha Mikro;
2. Peningkatan Mutu dan Kapasitas Produk Usaha Mikro melalui, Pengembangan Inovasi dan Mutu Produk Usaha Mikro, Digitalisasi Produk Usaha Mikro serta Pengarusutamaan Produk Usaha Mikro;
3. Perluasan Jangkauan Pemasaran Usaha Mikro dengan langkah teknis berupa, Riset Pemasaran Usaha Mikro, Pengembangan Sarana Pemasaran Usaha Mikro serta Peningkatan Promosi Usaha Mikro;
4. Peningkatan Kemitraan dan Perlindungan Usaha Mikro berupa, Pengembangan Kemitraan Penanaman Modal, Kemitraan Produksi dan Pemasaran serta Perlindungan Usaha Mikro;
5. Perluasan Akses Pembiayaan Usaha Mikro melalui, Pengembangan Skema Pembiayaan Usaha Mikro, Fasilitasi Kerjasama Pembiayaan Usaha Mikro dan Peningkatan Peran Pembiayaan Koperasi dan Syariah terhadap Usaha Mikro.

Untuk pengembangan terkait usaha kecil menengah sebagai berikut:

1. Peningkatan Peluang Pasar dan Ekspor UKM melalui, Pemetaan Potensi, Peluang Pasar dan Ekspor serta Fasilitasi Promosi dan Ekspor Produk UKM;
2. Peningkatan Mutu dan Kapasitas Produk UKM melalui, Pengembangan Inovasi dan Mutu Produk UKM, Digitalisasi dan Fasilitasi Branding Produk UKM, Peningkatan Kapasitas serta Pengarusutamaan Produk UKM;

3. Pengembangan Distribusi dan Logistik Produk UMKM berupa, Substitusi Impor Produk UKM, Fasilitasi Pergudangan dan Transportasi serta Bahan Baku Produk UKM;
4. Perluasan Jaringan Kemitraan UKM berupa Pengembangan Kemitraan Penanaman Modal, Kemitraan Produksi dan Pemasaran serta Pengendalian Persaingan Usaha UKM;
5. Pengembangan Pembiayaan UKM melalui, Pengembangan Pembiayaan Ekspor UKM, Pengembangan Pembiayaan Permodalan Usaha UKM dan Pengembangan Teknologi Sistem Pembiayaan UKM.

2.4. Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator yang memberikan informasi tentang gambaran keberhasilan pembangunan ekonomi regional dapat disajikan berdasarkan atas dasar harga berlaku (ADHB) dan berdasarkan atas dasar harga konstan (ADHK). Di mana PDRB atas harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga yang berlaku setiap tahun, sedangkan PDRB atas dasar konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa tersebut yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada satu tahun tertentu sebagai tahun dasar.

Menurut teori Neoklasik, tingkat pertumbuhan berasal dari tiga sumber, yaitu akumulasi modal, bertambahnya penawaran tenaga kerja, dan peningkatan teknologi. Teknologi ini terlihat dari peningkatan skill atau kemajuan teknik sehingga produktivitas per kapita meningkat (Robinson Taringan M.R.P, 2005:52). Samuelson dalam Taringan (2005:55), setiap negara atau wilayah perlu melihat sektor atau komoditi apa yang memiliki potensi besar dan dapat dikembangkan dengan cepat, baik karena potensi alam maupun karena sektor itu memiliki *competitive advantage* untuk dikembangkan. Artinya, dengan kebutuhan modal yang sama sektor tersebut dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar, dapat memproduksi dalam waktu yang relatif singkat dan volume sumbangan untuk perekonomian juga cukup besar. Agar pasarnya terjamin, produk tersebut harus dapat menembus dan mampu bersaing pada pasar luar negeri. Perkembangan sektor tersebut akan mendorong sektor lain turut berkembang sehingga perekonomian secara keseluruhan akan tumbuh.

Teori pertumbuhan wilayah menganalisis suatu wilayah sebagai suatu sistem ekonomi terbuka yang berhubungan dengan wilayah-wilayah lain melalui arus perpindahan faktor-faktor produksi dan pertukaran komoditas. Pembangunan dalam suatu wilayah akan mempengaruhi pertumbuhan wilayah lain dalam bentuk permintaan sektor untuk wilayah lain yang akan mendorong pembangunan wilayah tersebut atau suatu pembangunan ekonomi dari wilayah lain akan mengurangi tingkat kegiatan ekonomi di suatu wilayah serta interrelasi. Menurut Sirojuzilam (2008:18) Pertumbuhan ekonomi dapat dinilai sebagai dampak kebijaksanaan pemerintah, khususnya dalam bidang ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi merupakan laju pertumbuhan yang dibentuk dari berbagai macam sektor ekonomi yang secara tidak langsung menggambarkan tingkat pertumbuhan yang terjadi dan sebagai indikator penting bagi daerah untuk mengevaluasi keberhasilan pembangunan. Pertumbuhan ekonomi wilayah adalah peningkatan volume variabel ekonomi dari suatu sub sistem spasial atau bangsa atau negara dan juga dapat diartikan sebagai peningkatan kemakmuran suatu wilayah. Pertumbuhan yang terjadi dapat ditinjau dari peningkatan produksi sejumlah komoditas yang diperoleh suatu wilayah.

Sektor Basis

Menurut Arsyad (2005:116), teori basis ekonomi ini merupakan faktor penentu utama pertumbuhan ekonomi suatu daerah karena berhubungan langsung dengan permintaan akan barang dan jasa dari luar daerah. Pertumbuhan industri-industri yang menggunakan sumber daya lokal, termasuk tenaga kerja dan bahan baku untuk diekspor, akan menghasilkan kekayaan daerah dan penciptaan peluang kerja (*job creation*).

Di era otonomi daerah sekarang ini pembangunan daerah akan semakin kompleks. Adanya kesenjangan antara daerah dan berkembangnya globalisasi mengakibatkan persaingan antar daerah menjadi semakin ketat. Hal ini mendorong suatu daerah harus meningkatkan daya saing wilayahnya agar kesejahteraan masyarakat semakin meningkat. Teori basis ekonomi Richardson tahun 1973 dalam Suyatno (2000) menyatakan pertumbuhan industri yang menggunakan sumberdaya lokal, termasuk tenaga kerja, dan bahan baku untuk diekspor, akan menghasilkan kekayaan daerah dan penciptaan peluang kerja. Asumsi ini memberikan pengertian bahwa suatu daerah akan

mempunyai sektor unggulan apabila daerah tersebut dapat memenangkan persaingan pada sektor yang sama dengan daerah lain sehingga dapat menghasilkan ekspor.

Kriteria sektor unggulan akan sangat bervariasi. Hal ini didasarkan atas seberapa besar peranan sektor tersebut dalam perekonomian daerah, diantaranya : pertama, sektor unggulan tersebut memiliki laju tumbuh yang tinggi; kedua, sektor tersebut memiliki angka penyerapan tenaga kerja yang relative besar; ketiga, sektor tersebut memiliki keterkaitan antar sektor yang tinggi baik kedepan maupun kebelakang; keempat, dapat juga diartikan sebagai sektor yang mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi (Sambodo dalam Usya,2006). Sektor basis adalah yang menjadi tulang punggung perekonomian daerah karena mempunyai keuntungan kompetitif (*Competitive Advantage*) yang cukup tinggi. Sedangkan sektor non basis adalah sektor-sektor lainnya yang kurang potensial tetapi berfungsi sebagai penunjang sektor basis atau service industries (Sjafrizal, 1985:89).

Keunggulan kompetitif menganalisis kemampuan suatu daerah untuk memasarkan produknya di luar daerah/luar negeri/pasar global. Istilah keunggulan kompetitif lebih mudah dimengerti, yaitu cukup melihat apakah produk yang dihasilkan bisa dijual di pasar global secara global secara menguntungkan. Hal ini tidak lagi membandingkan potensi komoditi yang sama di suatu negara dengan negara lainnya, melainkan membandingkan potensi komoditi suatu negara terhadap komoditi semua negara pesaingnya di pasar global. Terkait dengan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif hal ini dapat dipengaruhi beberapa faktor yaitu: Sumber daya alam, teknologi, akses wilayah, pasar, sentra produksi, tenaga kerja, sifat masyarakat dan kebijakan pemerintah.

Kegiatan basis merupakan kegiatan yang melakukan aktivitas yang berorientasi ekspor (barang dan jasa) ke luar batas wilayah perekonomian yang bersangkutan. Kegiatan non-basis adalah kegiatan yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat yang berada di dalam batas wilayah perekonomian yang bersangkutan Luas lingkup produksi dan pemasarannya adalah bersifat lokal. Aktivitas basis memiliki peranan sebagai penggerak utama (*primermover*) dalam pertumbuhan suatu wilayah. Semakin besar ekspor suatu wilayah ke wilayah lain akan semakin maju pertumbuhan wilayah tersebut, dan demikian sebaliknya. Setiap perubahan yang terjadi pada sektor basis akan menimbulkan

efek ganda (*multiplier effect*) dalam perekonomian regional (H.Rahardjo Adisasmita, 2005:28).

Untuk menganalisis basis ekonomi suatu wilayah, salah satu teknik yang lazim digunakan adalah kuosien lokasi (*location quotient*). LQ digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat spesialisasi sektor-sektor basis atau unggulan (*leading sectors*). Analisis Location Quotient dapat menggunakan variabel tenaga kerja dan Produk Domestik Bruto (PDRB) di suatu wilayah (Kabupaten) dibandingkan dengan rasio tenaga kerja dan sektor yang sama diprovinsi dimana kabupaten tersebut dalam lingkupnya. (Rahardjo Adisasmita, 2005:29).

Teori basis ekonomi ini didasarkan pada pemikiran bahwa suatu wilayah harus meningkatkan arus atau aliran langsung dari luar wilayah agar bisa tumbuh secara efektif, yaitu dengan cara meningkatkan ekspor. Teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Tiebout, dalam bukunya Nugroho dan Dahuri (2004:58) Tiebout mengemukakan bahwa pasar ekspor merupakan penggerak utama atau sebagai mesin pertumbuhan ekonomi wilayah. Hasil ekspor mendatangkan pendapatan dan pendapatan tambahan melalui pengaruh pengganda. Dengan demikian, kegiatan ekspor mengakibatkan pemasukan uang ke dalam wilayah dan dorongan untuk meningkatkan aktivitas perekonomian wilayah.

Menurut Todaro (2003:133), teori-teori perubahan struktural memusatkan perhatian pada transformasi struktur ekonomi dari pola pertanian ke struktur yang lebih modern serta memiliki sektor industri manufaktur dan sektor jasa-jasa yang tangguh. Aliran pendekatan struktural ini didukung oleh Lewis yang terkenal dengan model teoritisnya “surplus tenaga kerja dua sektor” dan Chenery yang sangat terkenal dengan analisis empirisnya tentang “pola-pola pembangunan” (*patterns of development*). Perekonomian suatu daerah dalam jangka panjang akan terjadi perubahan struktur perekonomian dimana semula mengandalkan sektor pertanian menuju sektor industri. Dari sisi tenaga kerja akan menyebabkan terjadinya perpindahan tenaga kerja dari sektor pertanian desa ke sektor industri kota, sehingga menyebabkan kontribusi pertanian menurun. Faktor penyebab terjadinya perubahan struktur perekonomian antara lain ketersediaan sumber daya alam, sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta modal dan investasi yang masuk ke suatu daerah.

Pengembangan Sektor Unggulan Sebagai Strategi Pembangunan Daerah

Menurut Arsyad (2005:108), permasalahan pokok dalam pembangunan daerah adalah terletak pada penekanan kebijakan-kebijakan pembangunan yang didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan (*endogenous development*) dengan menggunakan potensi sumberdaya manusia, kelembagaan, dan sumberdaya fisik secara lokal (daerah). Orientasi ini mengarahkan pada pengambilan inisiatif-inisiatif yang berasal dari daerah tersebut dalam proses pembangunan untuk menciptakan kesempatan kerja dan merangsang peningkatan ekonomi.

Pembangunan ekonomi dengan mengacu pada sektor unggulan selain berdampak pada percepatan pertumbuhan ekonomi juga akan berpengaruh pada perubahan mendasar dalam struktur ekonomi. Menurut Emma (2014:4), sektor unggulan adalah sektor atau kegiatan ekonomi yang mempunyai potensi, kinerja dan prospek yang lebih baik dibandingkan dengan sektor lainnya sehingga diharapkan mampu menggerakkan kegiatan usaha ekonomi turunan lainnya, demi terciptanya kemandirian pembangunan wilayah. Sektor unggulan dapat pula diartikan sebagai sektor yang dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi wilayah sekitar yang ditunjukkan dengan parameter-parameter seperti: 1. Sumbangan sektor perekonomian terhadap perekonomian wilayah yang cukup tinggi. 2. Sektor yang mempunyai *multiplier effect* yang tinggi. 3. Sektor yang kandungan depositnya melimpah. 4. Memiliki potensi added value yang cukup baik. Penentuan sektor unggulan menjadi hal yang penting sebagai dasar perencanaan pembangunan daerah yang sesuai era otonomi daerah saat ini, dimana daerah memiliki kesempatan dan kewenangan untuk membuat kebijakan yang sesuai dengan potensi daerah demi mempercepat pembangunan ekonomi daerah untuk peningkatan kemakmuran masyarakat. Menurut Rachbini dalam jurnal Lantemona (2014), ada empat syarat agar suatu sektor tertentu menjadi sektor prioritas, yaitu :

1. Sektor tersebut harus menghasilkan produk yang mempunyai permintaan yang cukup besar, sehingga laju pertumbuhan berkembang cepat akibat dari efek permintaan tersebut.
2. Karena ada perubahan teknologi yang teradopsi secara kreatif, maka fungsi produksi baru bergeser dengan pengembangan kapasitas yang lebih luas.

3. Harus terjadi peningkatan investasi kembali dari hasil-hasil produksi sektor yang menjadi prioritas tersebut, baik swasta maupun pemerintah. Sektor tersebut harus berkembang, sehingga mampu memberi pengaruh terhadap sektor-sektor lainnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan merupakan perpaduan antara metode yang bersifat kualitatif dan metode yang bersifat kuantitatif atau yang sering disebut dengan metode gabungan (*mixed method*). Metode penelitian kualitatif menurut pendapat Bogdan dan Taylor (1975) dalam Moleong (2002), yang menyatakan "metodologi kualitatif" sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, sedangkan metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka-angka yang diolah dengan metode statistik (Sutedi, 2011).

Menurut Creswell (2010), penelitian gabungan merupakan pendekatan penelitian yang mengombinasikan antara penelitian kualitatif dengan kuantitatif, hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2011) yang menyatakan bahwa metode penelitian gabungan adalah suatu metode penelitian yang mengombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, *reliable* dan objektif.

3.2. Jenis Data

Data yang diperoleh peneliti dapat digolongkan menjadi data primer dan data sekunder:

a. Data sekunder

1. Database UKM
2. Peraturan Terkait
3. Kajian Terdahulu yang berkaitan
4. Data Asosiasi UKM

b. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung melalui wawancara mendalam dengan informan: melalui kuesioner, observasi lapangan dan *Focus Group Discussion* (FGD).

Data Primer yang dibutuhkan meliputi:

1. Kegiatan Usaha
 - a. Lama Usaha
 - b. Jenis Produk Usaha
 - c. Aset Usaha
 - d. Sumber Permodalan
2. Aspek Produksi
 - a. Asal Bahan Baku
 - b. Bahan Baku Yang Digunakan
 - c. Cara Mendapatkan Bahan Baku
 - d. Harga Bahan Baku
 - e. Dampak Covid-19 Terhadap Aspek Produksi
 - f. Permasalahan Produksi
3. Aspek Pemasaran
 - a. Sasaran Penjualan Produk
 - b. Wilayah Pemasaran
 - c. Dampak Covid-19 Terhadap Aspek Pemasaran
 - d. Masalah Pemasaran
4. Aspek Tenaga Kerja
 - a. Asal Tenaga Kerja
 - b. Jumlah Tenaga Kerja
 - c. Permasalahan Tenaga Kerja
 - d. Produk Yang Dipatenkan
5. Aspek Omzet Usaha
 - a. Penurunan/Kenaikan Omzet
 - b. Permasalahan Penurunan Omzet
6. Kebijakan Layanan Pemerintah

- a. Bantuan dari Pemerintah
- b. Harapan Kepada Pemerintah

3.3. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam pelaksanaan pekerjaan ini sebagai berikut:

a. Focus Group Discussion (FGD)

Diskusi terfokus dari suatu group untuk membahas suatu masalah tertentu, Metode FGD yang bersifat kualitatif, berupa eksploratori atau pendalaman terhadap suatu masalah. FGD sebagai teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok. FGD yang dilakukan mengundang OPD terkait dan perwakilan dari pelaku usaha UKM.

b. Desk study, meliputi: studi literatur, dan kajian sejenis terdahulu, serta regulasi dan kebijakan terkait dengan UKM.

c. Observasi, melalui pengamatan langsung di lapangan. Hal ini untuk mengetahui jumlah, jenis maupun klasifikasi setiap UKM di Kabupaten Magelang.

d. Wawancara, adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan pekerjaan ini. Wawancara akan dilakukan terhadap pelaku usaha UKM, Anggota Asosiasi/Kelompok/Forum/Paguyuban/Komunitas UKM, serta dengan OPD terkait.

3.4. Teknik Analisis

Beberapa teknik analisis yang akan digunakan dalam pelaksanaan pekerjaan ini sebagai berikut:

a. Analisis Klassen

Analisis Klassen yang akan dilakukan pada penelitian ini dilakukan melalui *mapping positioning* berdasarkan posisi masing-masing klaster usaha yang ada di Kabupaten Magelang dengan analisis yang lebih mendalam. Analisis tersebut sebagai berikut:

1. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Produksi

Untuk melihat posisi masing-masing asosiasi/kelompok akibat pandemi covid-19, maka akan dilakukan *klastering* berdasarkan IV kuadran. Adapun pengelompokan kuadran sebagai berikut:

Kuadran I:

Jumlah usaha yang masih produksi diatas rata-rata dan kenaikan produksi di atas rata-rata

Kuadran II:

Jumlah usaha yang masih produksi diatas rata-rata dan kenaikan produksi di bawah rata-rata

Kuadran III:

Jumlah usaha yang masih produksi dibawah rata-rata dan kenaikan produksi di atas rata-rata

Kuadran IV:

Jumlah usaha yang masih produksi dibawah rata-rata dan kenaikan produksi di bawah rata-rata



Gambar 3.2.

Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Produksi

2. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perubahan Omzet Perusahaan

Untuk melihat posisi masing-masing asosiasi/kelompok akibat pandemi covid-19, maka berdasarkan perubahan omzet, akan dilakukan *klustering* berdasarkan IV kuadran. Adapun pengelompokan kuadran sebagai berikut:

Kuadran I:

Jumlah usaha yang masih produksi diatas rata-rata dan kenaikan omzet diatas rata-rata

Kuadran II:

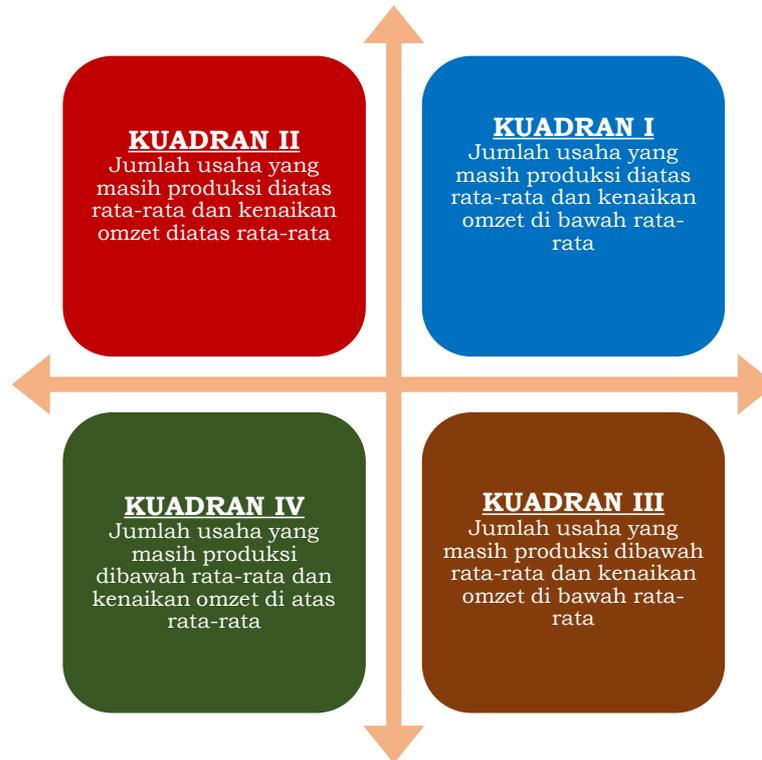
Jumlah usaha yang masih produksi diatas rata-rata dan kenaikan omzet di bawah rata-rata

Kuadran III:

Jumlah usaha yang masih produksi dibawah rata-rata dan kenaikan omzet di atas rata-rata

Kuadran IV:

Jumlah usaha yang masih produksi dibawah rata-rata dan kenaikan omzet di bawah rata-rata



Gambar 3.3.

Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perubahan Omzet Perusahaan

b. Root Cause Analysis (RCA)

Root Cause Analysis RCA adalah teknik analisis yang bertahap dan terfokus pada penemuan akar penyebab suatu masalah, dan bukan hanya melihat gejala-gejala dari suatu masalah. Adapun tujuan RCA adalah untuk menemukan:

- a. Apa yang sebenarnya telah terjadi?
- b. Mengapa masalah tersebut bisa terjadi?
- c. Apa yang bisa dilakukan untuk menghindari masalah tersebut supaya tidak terjadi lagi di masa depan?

c. Plan of Action (PoA)

Perencanaan adalah proses penyusunan rencana yang digunakan untuk mengatasi masalah UKM Kabupaten Magelang yang terdampak covid 19. Suatu perencanaan kegiatan perlu dilakukan setelah suatu organisasi melakukan analisis situasi, menetapkan prioritas masalah, merumuskan masalah, mencari penyebab masalah, baru setelah itu melakukan penyusunan Rencana Aksi. *Plan of Action*

(PoA) merupakan sebuah proses yang ditempuh untuk mencapai sasaran kegiatan. Menurut Supriyanto dan Nyoman (2007), Perlu beberapa hal yang dipertimbangkan sebelum menyusun *Plan of Action* (PoA), yaitu dengan memperhatikan kemampuan sumber daya organisasi atau komponen masukan (input), seperti: Informasi, Organisasi atau mekanisme, Teknologi atau Cara, dan Sumber Daya Manusia (SDM).

3.5. Penentuan Sampel Penelitian

Sampel merupakan faktor penting dalam penelitian karena sangat berpengaruh terhadap kualitas penelitian yang dihasilkan. Kesalahan-kesalahan dalam penentuan sampel harus diminimalkan untuk menghasilkan sampel yang tingkat akurasi tinggi.

Dalam penelitian ini, populasi terbagi menjadi 25 kelompok atau klaster usaha, dimana masing-masing kelompok tersebut memiliki anggota yang berbeda-beda. Untuk itu dalam menentukan sampel dari tiap klaster tersebut harus tepat agar sampel yang diambil dapat mewakili dan dapat menggambarkan perilaku dari seluruh populasi di tiap klaster. Di sisi lain, anggota populasi dari setiap klaster tersebut harus juga dilihat sifat dan karakternya. Pada penelitian ini, anggota tiap klaster diasumsikan memiliki karakter yang sama karena jenis usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha tergolong pada usaha mikro dan kecil yang merupakan kewenangan di tingkat kabupaten/kota. Dengan mengasumsikan sifat dan karakter dari anggota klaster memiliki karakter yang sama, maka anggota dari masing-masing klaster tersebut mendekati homogen atau sejenis.

Bila kita akan menggunakan pendekatan perhitungan sampel dengan metode Slovin, maka formula yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Untuk melakukan penentuan jumlah sampel penelitian, dapat digunakan dua standar tingkat kesalahan (*margin error*), yaitu 5 persen dan 10 persen. Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5 persen, maka jumlah sampel yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \frac{979}{1 + 979 (0,05)^2} \\ &= \mathbf{284 \text{ Sampel}} \end{aligned}$$

Sebaliknya apabila kita menggunakan tingkat kesalahan 10 persen, maka jumlah sampel yang akan diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \frac{979}{1 + 979 (0,10)^2} \\ &= \mathbf{90 \text{ Sampel}} \end{aligned}$$

Namun dengan pertimbangan bahwa penelitian ini merupakan bidang sosial dan sifat serta karakter data adalah mendekati homogen di setiap jenis pelaku usahanya, maka pada kedua tingkat margin error, jumlah sampel yang dipilih akan menghasilkan kesimpulan yang mendekati serupa

Dengan memperhatikan karakter pelaku usaha yang terkelompok dalam kluster tersebut, maka metode yang diambil dalam menentukan sampel adalah proporsional *kluster random sampling*. Proporsional kluster artinya adalah bahwa sampel diambil dalam jumlah proporsi tertentu dari jumlah populasi di setiap kluster. Sehingga jumlah sampel yang diambil tidak akan sama setiap klasternya. Sedangkan random adalah pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana (*simple random*) karena karakter di setiap sampel relatif sejenis.

Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini adalah pertama, bahwa tidak semua kluster usaha diketahui jumlah pelaku usahanya sehingga kesulitan dalam menentukan sampel. Karena terdapat 7 (tujuh) dari 25 kluster yang tidak diketahui jumlah populasinya, maka dasar penentuan jumlah sampel menurut pendekatan Slovin didasarkan pada jumlah populasi yang diketahui saja. Kedua, permasalahannya adalah meskipun dari 25 kluster yang ada terdapat 4 (empat) kluster yang tidak dapat diambil sampelnya, sehingga untuk kluster ini dilakukan dengan melakukan wawancara dan pengamatan lapangan serta justifikasi akademis untuk melihat karakter dan dampak dari pelaku usaha yang tergabung dalam kluster tersebut.

Menurut Cohen, et.al, (2007, hlm. 101) semakin besar sampel dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Sebagaimana dikemukakan oleh Baley dalam Mahmud (2011, hlm. 159) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30. Senada dengan pendapat tersebut, Roscoe dalam Sugiono (2012, hlm. 91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Senada dengan itu, Gay dalam Mahmud (2011, hlm. 159) berpendapat bahwa ukuran minimum sampel yang dapat diterima berdasarkan metode penelitian yang digunakan, yaitu Metode deskriptif, dimana jumlah sampel ditentukan jumlah minimalnya adalah 10% dari populasi. Untuk populasi relatif kecil, minimal 20%.

Dengan menggunakan pendekatan Gay dalam Mahmud (2011, hlm. 159), maka hampir semua sampel di setiap kluster sudah memenuhi kaidah ini. Dengan kedua kelemahan yang ada dalam penentuan sampel ini, tidak mengurangi keakurasian dalam pengambilan kesimpulan karena data yang tidak memiliki sampel setelah dilakukan wawancara langsung meskipun tidak mengisi kuesioner, tidak mengurangi dan membiarkan kesimpulan yang ada. Terlebih kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini adalah mengukur dampak pandemi *covid-19* terhadap usaha mikro dan kecil yang hampir seluruh klaster telah diwakili, mengingat dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method* atau penelitian campuran antara pendekatan yang bersifat kualitatif dan kuantitatif.

Kesimpulan dari metode pengambilan sampel yang telah dikemukakan oleh beberapa pendekatan di atas, dan dengan memperhatikan kaidah pengambilan sampel sebagaimana yang dijabarkan di atas, maka jumlah sampel dalam setiap kluster untuk data homogen pada setiap kluster adalah sebesar mendekati 10 persen setiap klusternya. Dengan pendekatan ini, maka sampel pada setiap kluster akan terdistribusi sebagai berikut:

Tabel 3.2

Distribusi Sampel Setiap Klaster/Asosiasi Kelompok Usaha

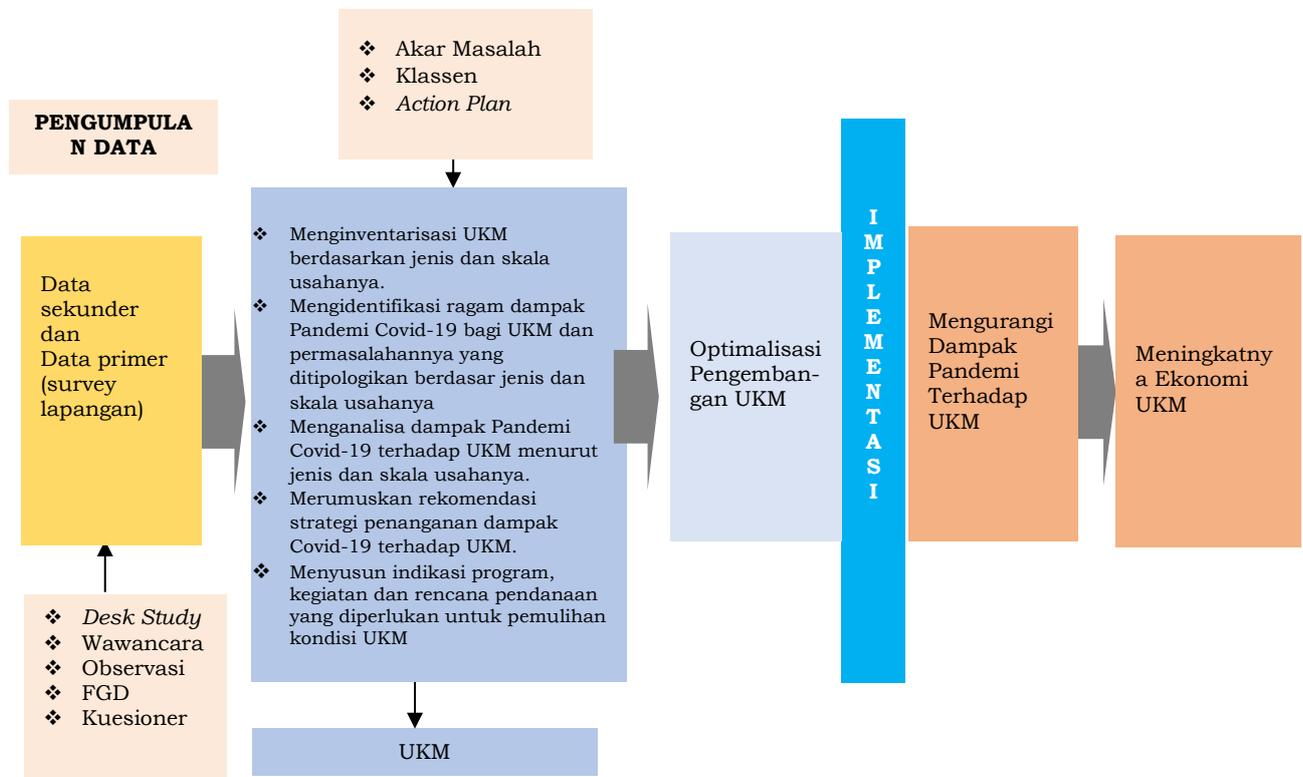
No	Nama Asosiasi/Kelompok Usaha	Jumlah Anggota	Jumlah Sampel
1	Asosiasi perikanan bagian pengolahan	20	
2	Bambu	31	3
3	Batik Sawut Sewu	24	12
4	Desa Wisata (2)	21	3
5	EMBICO (Magelang business community)	167	14
6	Gerakan Ekonomi Kreatif (GEKRAF)	14	5
7	HUMPUS (Himpunan Puyur dan Slondok Sumuraram)	62	6
8	Ikan Air Tawar (2)	68	4
9	Klaster Batu	54	4
10	Klaster Salak (1)	14	3
11	Komunitas UMKM Kopi Magelang	23	19
12	Komunitas Pengusaha Kreatif	55	23
13	KWT Nira Lestari	26	3
14	Magelang Furniture	22	
15	Pariwisata	232	9
16	Pembudidaya Ikan Sidomakmur	50	
17	Peternak Kambing Etawa	10	
18	Peternakan Sapi Perah	19	5
19	UMKM Borobudur	67	39
20	Sapi Potong		2
21	GATOS (Gabungan Petani Organik Sawangan)		6
22	Pertanian		5
23	Ayam Petelur		10
24	Peternak Itik		3
25	Ayam Pedaging		3
	Tidak teridentifikasi klaster		21
	Jumlah	979	202

Untuk kluster yang tidak diketahui jumlah populasinya, maka jumlah yang akan diambil sebagai sampel, dengan menggunakan asumsi bahwa sistem kluster ini sejenis

bidang usahanya, maka paling tidak setiap anggota klaster terwakili sampelnya. Keterwakilan sampel tersebut, nantinya juga akan ditentukan oleh karakteristik dan jumlah sampel yang memungkinkan untuk dipilih. Dengan mengacu pada teori dan kaidah yang ada, maka metode sampling dalam penelitian ini akan menghasilkan kesimpulan kmprehensif yang dapat menggambarkan bagaimana dampak pandemi *Covid-19* ini terhadap usaha mikro dan kecil di Kabupaten Magelang.

3.6. Kerangka Pikir Studi

Dari latar belakang, maksud, tujuan, dan landasan teori yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kerangka pikir dalam studi ini seperti pada gambar berikut:



Gambar 3.1
Bagan Alir Penelitian

BAB IV

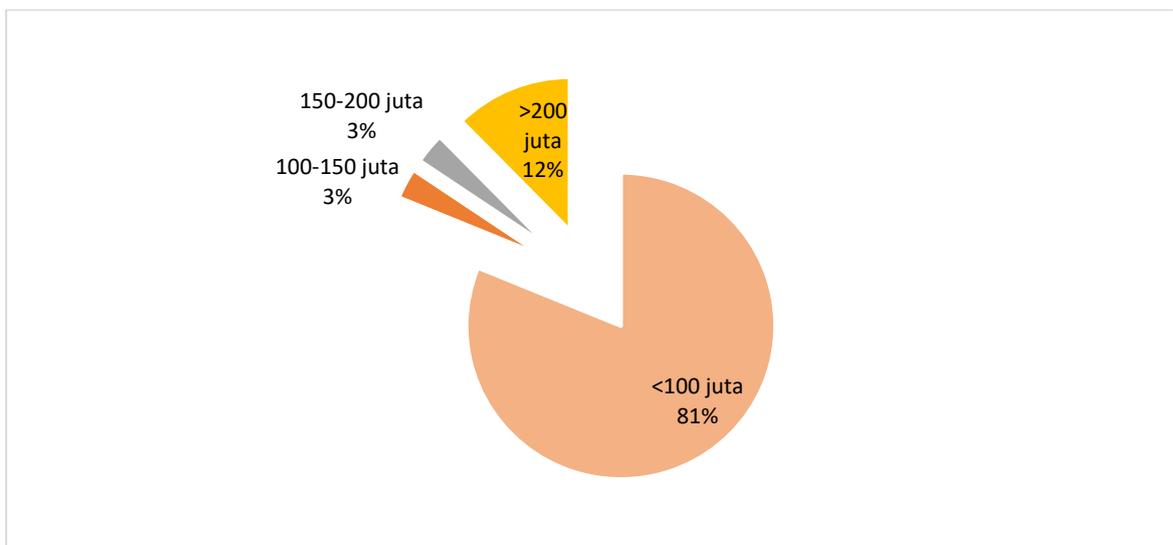
PROFIL DAN PERMASALAHAN

4.1. Profil Pelaku Usaha

4.1.1. Rata-Rata Nilai Aset

Hal ini dikarenakan jika pandemi Covid-19 berakhir, UKM tidak akan terkendala oleh pemenuhan aset utama atau aset mesin produksi. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Magelang harus berupaya menjaga kelangsungan usaha agar pelaku usaha dapat tetap bertahan tanpa harus menjual asetnya. Pemberian insentif berupa bantuan langsung ataupun mengurangi beban pajak setidaknya dapat meringankan beban para pelaku usaha UMKM.

Berkaitan dengan nilai aset yang dimiliki UKM, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar UKM di Kabupaten Magelang memiliki nilai aset <100 juta yaitu sebanyak 81%. Kemudian sebanyak 12% UKM nilai asetnya >200 juta, sedangkan 3% sisanya masing-masing terbagi di UKM yang memiliki aset 100-150 juta dan 150-200 juta. Dengan adanya pandemi covid-19 membuat UKM terdampak baik dari segi produksi maupun pemasaran yang mempengaruhi pendapatan, sehingga diharapkan UKM tidak menjual aset guna memenuhi kebutuhan produksi.



Gambar 4.1
Rata-Rata Nilai Aset pada UKM di Kabupaten Magelang

Sumber: Data primer

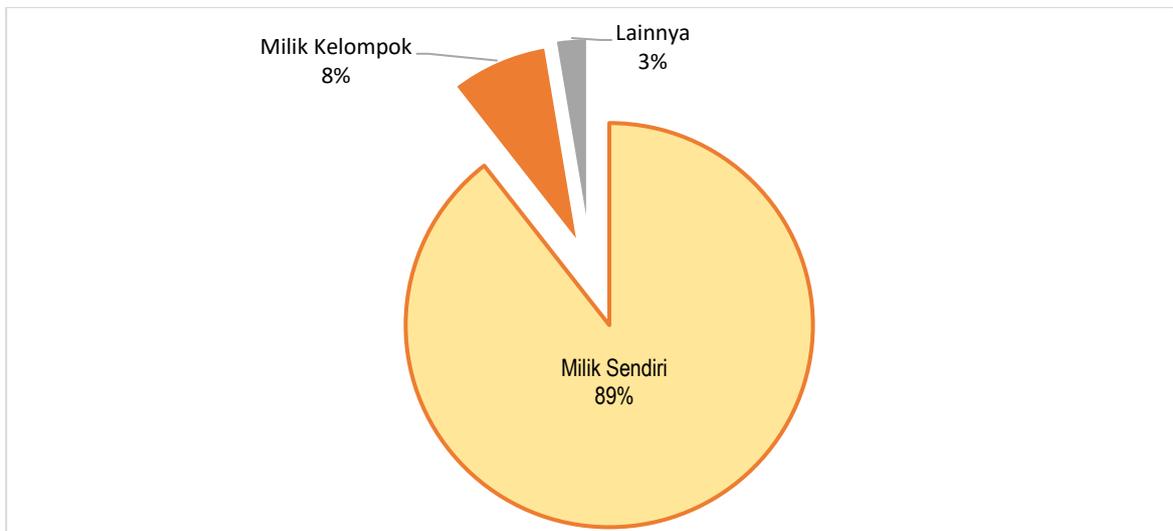
Dari hasil identifikasi tersebut, menunjukkan adanya kecenderungan UMKM di Kabupaten Magelang masih didominasi oleh usaha yang nilai asetnya masih kecil. Salah satunya penyebabnya karena karakteristik usaha yang dijalankan lebih menekankan terhadap kompetensi SDMnya sehingga kebutuhan terhadap aset material tidak terlalu tinggi. Secara keseluruhan, nilai aset UMKM Kabupaten Magelang memang masih didominasi oleh jenis usaha yang berkarakteristik padat karya dan lebih cenderung membutuhkan kemampuan SDM yang baik dalam hal menghasilkan produk maupun jasa. Jika dilihat berdasarkan asosiasi/kelompok UKM, kelompok usaha Salak Nglumut dan Sapi Potong memiliki persentase sebesar 100% untuk kategori nilai aset diatas 200 juta. Lalu untuk kategori nilai aset 150-200 juta, kelompok usaha dengan persentase tertinggi adalah klaster batu dan klaster pariwisata dengan nilai persentase masing-masing 25% dan 22%. Untuk kategori nilai aset senilai 100-150 juta, kelompok usaha batik sewut memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 17%. Kategori terakhir adalah untuk nilai aset dibawah 100 juta, terdapat terdapat 7 kelompok usaha yang persentasenya 100% yaitu kelompok usaha Ikan Air Tawar, Peternak Ayam Pedaging, Peternak Itik, UMKM Kopi, Nira Lestari, klaster batu, dan pelaku usaha yang tidak tergabung dalam asosiasi.

4.1.2. Status Kepemilikan Aset

Jika dilihat berdasarkan pada masing-masing asosiasi/kelompok UKM, sebanyak 11 kelompok usaha yang semua status kepemilikan asetnya adalah kepemilikan pribadi. Selain itu, seluruh kelompok usaha menunjukkan bahwa status kepemilikan asetnya didominasi oleh status kepemilikan pribadi. Tercatat hanya kelompok usaha Desa Wisata dan Ikan Air Tawar yang persentasenya masing-masing 50% untuk kategori status kepemilikan pribadi dan kelompok. Sementara, untuk kelompok sapi potong secara keseluruhan status kepemilikannya adalah milik kelompok.

Status kepemilikan aset pada UKM di Kabupaten Magelang kebanyakan merupakan milik sendiri, hal ini didasarkan pada hasil survei yang menunjukkan sebanyak 89% pelaku usaha mengungkapkan bahwa aset yang dimiliki merupakan milik sendiri atau pribadi. Sementara itu, sisanya sebanyak 8% pelaku usaha dalam menjalankan usahanya

menggunakan aset milik kelompok usaha dan 3% lainnya. Gambaran status kepemilikan aset pada UKM di Kabupaten Magelang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4.2

Status Kepemilikan Aset pada UKM di Kabupaten Magelang

Sumber: Data primer

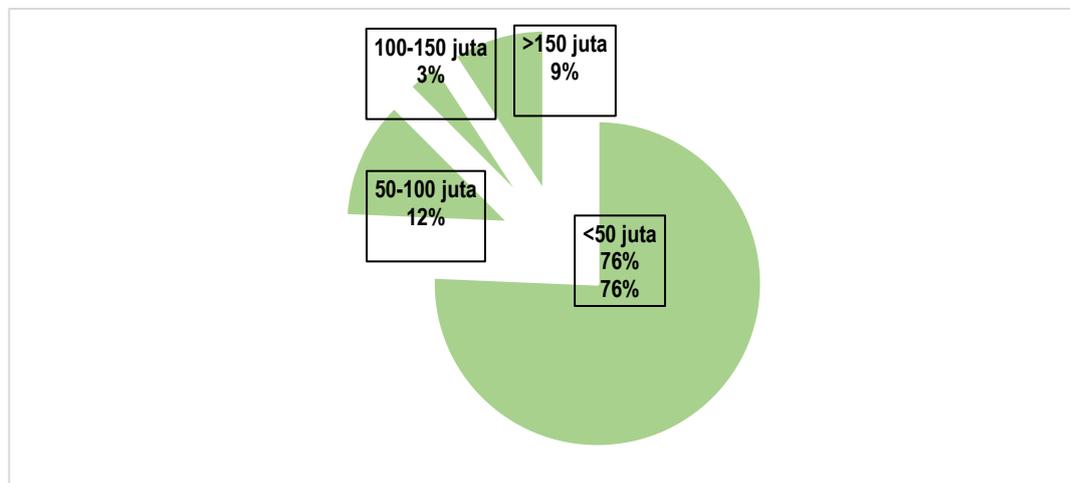
Dari hasil identifikasi tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Kabupaten Magelang memang masih mengandalkan modal sendiri untuk membeli aset dibandingkan dengan patungan dalam kelompok usahanya masing-masing. Walaupun sudah banyak terbentuk kelompok-kelompok usaha akan tetapi fungsinya lebih ditekankan sebagai wadah untuk bertukar informasi serta menjadi penghubung dengan stakeholder pemerintahan. Masih sedikit kelompok usaha yang mencoba untuk melakukan penyediaan aset usaha melalui usaha kolektif semua anggotanya.

4.1.3. Jumlah Modal Usaha

Secara keseluruhan dari hasil penjabaran data tersebut menunjukkan bahwa karakteristik usaha UMKM di Kabupaten Magelang memang cenderung menekankan pada usaha yang minim modal. Hal ini juga sesuai dengan hasil penjabaran data pada aspek nilai aset yang kecenderungannya menunjukkan UMKM di Kabupaten Magelang memiliki aset yang minim.

Dalam menjalankan usahanya, UKM di Kabupaten Magelang kebanyakan mengeluarkan modal untuk usaha sebesar <50 juta, pernyataan ini diungkapkan oleh 76% UKM. Kemudian UKM yang menjalankan usahanya dengan modal 50-100 juta sebanyak

12%, sedangkan yang mengeluarkan modal 100-150 juta sebanyak 3% UKM. Sementara itu, yang mengeluarkan modal usaha >150 juta sebanyak 9% UKM. Banyak pelaku usaha UKM di Kabupaten Magelang yang mengalami kesulitan memasarkan produknya karena pandemi Covid-19, hal ini berdampak pada menurunnya akses atau daya beli masyarakat, sehingga para pelaku usaha kesulitan untuk mengembalikan modal komersial dari pinjaman bank. Walaupun pemerintah pusat telah mengeluarkan kebijakan penundaan pembayaran angsuran, hal tersebut tetap akan mengancam kelangsungan usaha di masa depan. Oleh sebab itu, pada saat pandemi Covid-19, perlu dikembangkan strategi untuk meningkatkan produksi dan penjualan agar UMKM dapat bertahan bahkan menambah modal usahanya yang mana saat ini kebanyakan modal usaha untuk sektor UMKM masih kurang dari 50 juta.



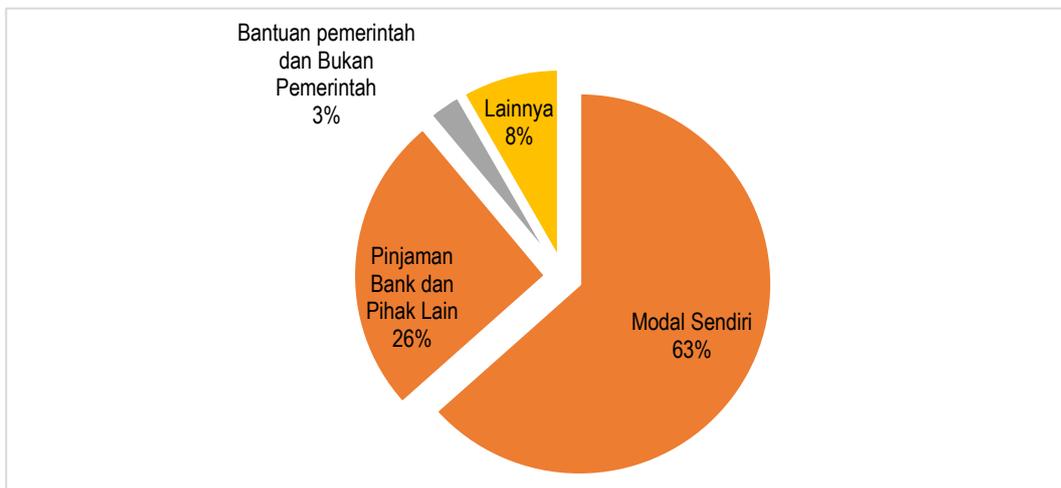
Gambar 4.3
Jumlah Modal Usaha pada UKM di Kabupaten Magelang
Sumber: Data primer

Jika dilihat berdasarkan kelompok usaha/asosiasi, untuk kategori modal usaha diatas 150 juta, kelompok usaha sapi potong memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 50%. Sedangkan asosiasi peternakan sapi perah menjadi kelompok usaha dengan persentase tertinggi untuk kategori dengan modal usaha sebesar 100-150 juta yaitu sebesar 40%. Terdapat 1 kelompok dengan persentase 100% untuk kategori modal usaha 50-100 juta yaitu kelompok usaha Salak Nglumut. Adapun sisanya memang didominasi oleh kelompok usaha dengan modal usaha dibawah 50 juta. Setidaknya terdapat dua kelompok usaha dengan persentase 100% untuk kategori ini yaitu kelompok usaha Desa Wisata dan Klaster Bambu.

4.1.4. Sumber Permodalan

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, sebanyak 63% UKM dalam menjalankan usaha menggunakan modal sendiri. Kemudian, sebanyak 26% UKM mengungkapkan jika sumber modal diperoleh dari pinjaman bank dan pihak lain. Selain itu, sebanyak 3% UKM memperoleh modal usaha dari bantuan pemerintah dan bukan pemerintah serta sebanyak 8% dari sumber permodalan lainnya. Terdapat juga UKM yang sumber permodalannya lebih dari satu yaitu berasal dari modal sendiri dan pinjaman dari bank maupun dari bantuan pemerintah.

Meskipun sumber permodalan yang bersumber dari modal sendiri lebih dominan, namun beberapa pelaku usaha jumlah modal pinjaman bank lebih besar dari modal sendiri sehingga pada saat pandemi Covid-19 banyak usaha kecil dan menengah mengalami kesulitan untuk mendapatkan pinjaman bank. Oleh karena itu, perlu upaya keras untuk membantu para pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya pada saat pandemi Covid-19 sehingga tetap bertahan dalam kondisi sulit seperti ini. Hal ini perlu dilakukan untukantisipasi agar pelaku UKM tidak tambah terbebani di akhir terutama saat dicabutnya kebijakan penundaan angsuran bank bagi UKM.



Gambar 4.4
Sumber Permodalan pada UKM di Kabupaten Magelang
Sumber: Data primer

Sumber permodalan jika dilihat berdasarkan kelompok/asosiasi menunjukkan bahwa semua kelompok usaha masih mengandalkan modal sendiri saat memulai usahanya.

Bahkan untuk kelompok usaha Peternak Itik, semua anggotanya mengandalkan modal sendiri dalam menjalankan usahanya. Sedangkan persentase tertinggi untuk kategori modal usaha yang berasal dari pinjaman bank adalah kelompok usaha Salak Nglumut yaitu sebesar 50%.

Masih sedikitnya jumlah UMKM yang mengakses kredit untuk modal usaha dapat diinterpetasikan dalam dua hal. Pertama, pelaku usaha masih kesulitan mendapatkan modal usaha dari perbankan ataupun yang kedua, pelaku usaha kecenderungannya lebih suka untuk memulai usaha dengan mengandalkan modalnya sendiri. Akan tetapi, apapun hasil dari analisa tersebut, pemerintah Kabupaten Magelang memang perlu untuk mendorong pihak perbankan agar distribusi pinjaman permodalan untuk sektor UMKM bisa ditingkatkan lagi ke depannya. Hal ini dibutuhkan untuk membantu UMKM melewati masa sulit karena adanya kondisi pandemi seperti saat ini.

4.2. Permasalahan dan Harapan Responden

Pada kelompok asosiasi EMBICO (Magelang *Bussiness Community*), kebanyakan permasalahan yang dihadapi yaitu penurunan daya beli masyarakat dan permintaan pasar/customer. Sementara untuk harapan yang diutarakan kebanyakan terkait dengan akses permodalan dan pemasaran, setiap responden pada asosiasi EMBICO menyatakan hal tersebut. Permasalahan dan harapan responden EMBICO dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1.
Permasalahan dan Harapan Responden EMBICO

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Konveksi dan sablon	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
			Pendampingan pemasaran online
			Produksi
			Peningkatan <i>skill</i> tenaga kerja
2	Produksi elektronika dan pemasaran	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
			Pemasaran
3	Jasa undangan dan souvenir	Tidak ada resepsi pernikahan	Permodalan
			Pemasaran
4	Konveksi	Berhenti memasarkan produk yang dihasilkan dikarenakan wisata ditutup dan hajatan tidak boleh diadakan	Pemasaran
5	Kerajinan bambu	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
			Pemasaran
6	Kuliner/Olahan Makanan	Penurunan permintaan customer dan pasar	Permodalan
		Kenaikan harga bahan baku	Pemasaran Produksi
7	Makanan Ringan	Pembatalan orderan	Permodalan
			Pemasaran
8	Makanan ringan	Penurunan permintaan customer	Permodalan
			Pemasaran
9	Pengolahan kopi	Penurunan konsumen	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
10	Olahan makanan	Pembatalan orderan	Permodalan
			Pemasaran
11	Kerajinan/fashion apron, masker, seminar kit	Tidak ada	Pemasaran
12	Olahan ikan bandeng	Berkurangnya produksi	Permodalan
		Penurunan daya beli masyarakat	Pemasaran
			Produksi
13	Minuman instant	Berkurangnya produksi	Pemasaran
		Kenaikan harga bahan baku	
14	Minuman serbuk jahe ekstra pedas	Persaingan produk sejenis	Pemasaran

Sumber: Data Primer diolah

Permasalahan utama yang dihadapi Himpunan Puyur dan Slondok Sumururum (HUMPUS) di Kabupaten Magelang yaitu turunnya permintaan pasar, sehingga berpengaruh terhadap omzet maupun produksi serta pemasaran. Sementara untuk harapan pelaku usaha HUMPUS sebagian besar mengharapkan bantuan pemasaran serta permodalan. Permasalahan dan harapan responden HUMPUS dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2.

Permasalahan dan Harapan Responden HUMPUS

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Pengerajin kripik slondok	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
2	Home industri slondok atom	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
3	Slondok dan puyur	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
4	Slondok dan puyur	Sulitnya produksi untuk keluar	Menormalkan harga produk

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
5	Usaha Slondok	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
6	Industri rumah tangga slondok	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Produksi

Sumber: Data Primer diolah

Permasalahan utama yang dihadapi kebanyakan pelaku usaha di Komunitas Pengusaha Kreatif (KPK) adalah turunnya permintaan pasar dan daya beli masyarakat. Namun demikian terdapat beberapa permasalahan lain yang dihadapi seperti bahan baku produksi yang mahal, sehingga berpengaruh terhadap produksi. Adapun harapan pelaku usaha di KPK kebanyakan mengharapkan permodalan, pemasaran, dan produksi. Permasalahan dan harapan responden KPK dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3.

Permasalahan dan Harapan Responden Komunitas Pengusaha Kreatif (KPK)

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Kue Basah	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
2	Krupuk telur asin	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
3	Kuliner	Penurunan permintaan pelanggan	Permodalan
4	Fashion	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
5	Kerajinan tangan dan konveksi	Bahan baku yang langka dan tidak ada permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
6	Olahan pangan	Banyak konsumen beralih jadi produsen	Pemasaran
			Produksi
7	Makanan ringan	Sepinya permintaan pasar dan harga bahan baku yang naik dan banyak protokol kesehatan yang harus dijalankan	Permodalan
			Produksi
8	Minuman Ringan Rempah Isntan	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
9	Aneka Olahan Pepaya Snack dan Cemilan	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
10	Makanan dan cemilan	Sekolah tutup	Permodalan
			Produksi
11	Makanan Ringan Tradisional	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
12	Makanan dan minuman	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
13	Kuliner	Penurunan permintaan pasar	Permodalan

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
14	Produsen craft	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
15	Pengrajin sapu	Banyak toko yg tutup dan tidak ada pesanan	Permodalan
16	Produksi minuman herbal	Karena berjualan hanya bisa secara online, penjualan secara offline terbatas	Permodalan
17	Budidaya Jamur Tiram	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
18	Snack	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
19	Alat alat kebersihan	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
20	Tapeketan mutiara	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
21	Makanan ringan	Bahan baku yang mahal dan tidak ada permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
22	Batik	Tidak ada penjualan dan pesanan	Pemasaran
23	Kerajinan Bambu	Tidak produksi	Permodalan
			Pemasaran

Sumber: Data Primer diolah

Sama halnya yang terjadi di UMKM Borobudur, permasalahan utama yang dihadapi adalah turunnya permintaan pasar dan daya beli masyarakat, sedangkan di beberapa UMKM yang bergerak di bidang pariwisata mengeluhkan dengan tutupnya lokasi wisata sehingga tidak dapat memasarkan. Adapun harapan yang diinginkan oleh semua pelaku usaha yaitu terkait aspek pemasaran dan permodalan. Selain itu, terdapat juga yang mengharapkan adanya bantuan terkait produksi dan tenaga kerja. Permasalahan dan harapan responden UMKM Borobudur dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4.

Permasalahan dan Harapan Responden UMKM BOROBUDUR

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Makanan	Penurunan daya beli masyarakat	Pemasaran
2	Kerajinan	Omzet stabil	Permodalan
			Pemasaran
3	Makanan	Permodalan dan pemasaran	Permodalan
			Pemasaran
4	Kuliner (ketela krispi)	Tidak adanya pengunjung/ wisatawan maka tidak adanya jual beli	Permodalan
			Pemasaran
			Perizinan
5	Mebel	Omzet menurun 50 % karena pesanan yg berkurang	Permodalan
			Proyek bangunan tidak semuanya dilelang ke kontraktor tapi agar melibatkan UMKM dengan memberikan pekerjaan ke UMKM

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
6	Kerajinan ukiran pvc/peralon	Karena tidak ada orderan	Permodalan
			Pemasaran
7	Krupuk basreng	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
8	Kerajinan limbah botol plastik	Tutupnya tempat pariwisata	Permodalan
			Produksi
9	Bengkel rekayasa teknologi tepat guna	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Produksi
			Tenaga kerja
10	Minuman jahe serbuk ekstra pedas	Kurangnya promosi online karena rendahnya pengetahuan IT	Permodalan
			Pemasaran
11	Olahan jahe	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
			Pemasaran
			Ketika pencairan bantuan jangan salah sasaran
12	Peyek	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Dilakukan pendampingan dari pemerintah
13	Konveksi	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
			Pemasaran
			Pendampingan
14	Sembako	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Produksi
15	Minuman	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
16	Produksi Kue Kering	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
17	Kriya	Tidak ada penurunan omzet	Permodalan
			Tenaga kerja
18	Bubut	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
19	Kerajinan tas semi kulit	Tidak ada produksi	Permodalan
			Pemasaran
20	Ikan air tawar presto di goreng	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
21	Batik	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
			Pemasaran
22	Kerajinan kayu	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Tenaga kerja
23	Kerajinan Batik Tulis	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Tenaga kerja
24	Kuliner	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
25	Roti/snack	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
26	Olahan makanan	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
27		Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
	Olahan getuk singkong		Pemasaran
28	Kuliner (<i>Food & Beverages</i>)	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan Pemasaran
29	Kerajinan bambu	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
30	Kuliner	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan Produksi
31	Tanaman hias	Proyek taman macet selama pandemi	Permodalan
32	Industri makanan dan masakan olahan	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan Pemasaran
33	Kerajinan kain perca	Tidak bisa distribusi bahan jadi	Permodalan Pemasaran
34	Kerajinan Rajut	Harga bahan yang mahal dan ada yang cancel pesanan	Permodalan Pemasaran Tenaga kerja
35	Rajutan, Tas, dan Souvenir	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Produksi
36	Kuliner/makanan tradisional	Penurunan permintaan pasar	Tenaga kerja
37	Industri pengolahan makanan	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
38	Kuliner (makanan tradisional)	Penurunan permintaan pasar karena tidak banyak yg berwisata atau berkunjung	Pemasaran
39	Kerajinan gerabah	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran

Sumber: Data Primer diolah

Paguyuban Batik Sawut Sewu di Kabupaten Magelang menghadapi permasalahan terkait dengan penurunan permintaan pasar sehingga berpengaruh terhadap aspek pemasaran, produksi yang mempengaruhi omzet pendapatan. Oleh karena itu, pelaku usaha mengharapkan adanya bantuan permodalan untuk produksi dan media pemasaran. Permasalahan dan harapan responden Batik Sawut Sewu dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5.

Permasalahan dan Harapan Responden Paguyuban Batik Sawut Sewu

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Pengrajin Batik	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran
2	Batik tulis batik cap	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran
3	Batik tulis	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran
4	Mikro Batik	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran Produksi
5	Pengrajin batik	Penurunan permintaan pasar	Permodalan

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
			Pemasaran
			Produksi
6	Industri	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
7	Batik	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
8	Batik tulis dan cap	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
			Produksi
			Tenaga Kerja
9	Batik tulis	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
10	Batik	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Pemasaran
11	Batik tulis dan cap	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
			Produksi
12	Batik tulis, batik cap	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran

Sumber: Data Primer diolah

Sama halnya dengan permasalahan utama kelompok usaha lainnya. Permasalahan klaster batu adalah menurunnya permintaan pasar. Selain itu tenaga kerja juga berkurang karena banyak yang tidak masuk kerja. Hal ini berdampak pada menurunnya jumlah produksi. Oleh karenanya, harapan dari pelaku usaha di Klaster Batu adalah adanya bantuan permodalan dan peningkatan jangkauan pemasaran. Kembali normalnya aktivitas masyarakat secara perlahan-lahan diharapkan dapat meningkatkan kembali pemasaran produk dari klaster batu.

Tabel 4.6.

Permasalahan dan Harapan Responden Klaster Batu

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Pahat batu	Tenaga kerja yg masuk kerja berkurang	Permodalan
			Pemasaran
2	Kerajinan pahat batu dan batu candi alam	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
3	Kerajinan pahat batu	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
4	Kerajinan batu (cobek/lumpang, patung)	Penurunan permintaan pasar	Permodalan

Sumber: Data Primer diolah

Klaster pariwisata mengalami permasalahan utama pada menurunnya jumlah wisatawan. Dengan adanya kondisi pandemi ini membuat hampir seluruh objek wisata ditutup untuk sementara waktu. Hal ini tentu saja berakibat banyak pada menurunnya

permintaan pasar terhadap para pelaku usaha di sektor pariwisata. Oleh karenanya, harapan terbesar dari pelaku usaha di sektor pariwisata adalah adanya bantuan permodalan serta penyediaan sarana produksi untuk mengaktifkan kembali aktivitas usaha mereka seperti sebelumnya.

Tabel 4.7.

Permasalahan dan Harapan Responden Klaster Pariwisata

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Seni Pertunjukan	Penurunan permintaan pasar	Adanya program yang mendatangkan income Bantuan pembinaan yang berkelanjutan
2	Usaha jasa pariwisata	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran Produksi
3	Kerajinan batu	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran
4	Kerajinan, tas batik perca, sandal batik, batik kayu	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran
5	Konveksi	Berkurang order kaos event	Permodalan
6	Makanan	Penurunan konsumen	Permodalan Pemasaran
7	Peternakan	Minat pembeli dan tawar harga yang terlalu rendah	Permodalan
8	Pembuat kerajinan batu	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pemasaran
9	Pothil singkong dan kostum tari	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Produksi

Sumber: Data Primer diolah

Permasalahan yang dihadapi Klaster Bambu yaitu turunnya permintaan pasar baik domestik maupun mancanegara yang di sebagian pelaku usaha menjadi pasar utama. Adapun bantuan utama yang diharapkan yaitu permodalan dan pemasaran. Permasalahan dan harapan responden Klaster Bambu dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8.

Permasalahan dan Harapan Responden Klaster Bambu

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Kerajinan bambu dan kayu	Permintaan pasar berkurang dan wna jarang ke indonesia sebagai pembeli terbanyak	Permodalan Pemasaran
2	Kerajinan bambu	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
3	Meubelair	Penurunan permintaan pasar	Pemasaran

Sumber: Data Primer diolah

Permasalahan utama Asosiasi Peternak Ayam Petelur adalah menurunnya permintaan pasar serta harga bahan baku yang semakin meningkat. Kedua masalah ini berdampak besar terhadap keuangan usaha yang semakin menipis. Beberapa pelaku usaha meniyasati kondisi ini dengan mengurangi jumlah produksinya untuk menekan ongkos produksi. Berangkat dari permasalahan tersebut, harapan dari Asosiasi Peternak Ayam Petelur adalah adanya bantuan permodalan serta penyediaan bahan baku yang terjangkau bagi para pedagang.

Tabel 4.9.

Permasalahan dan Harapan Responden Asosiasi Peternak Ayam Petelur

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Peternakan	Pemasaran sulit dilakukan	Permodalan
2	Ternak ayam telur	Harga bahan baku sangat tinggi sehingga tdk sesuai dengan harga telur	Permodalan
3	Ternak ayam layer	Harga jual menurun	Penyediaan bibit, bahan baku dan harga stabil
4	Budidaya ayam petelur	Pakan naik, harga jual tetap	Permodalan
5	Ayam Petelur	Masa afkir tidak bisa beli ayam lagi, ayam sakit tidak bisa keluar untuk beli obat	Permodalan
6	Ayam Petelur	Pemasaran menurun dikarenakan konsumen menurun	Permodalan
7	Ayam Petelur	ayam afkir, kena penyakit mau beli obat akses jalan terhambat	Permodalan
8	Peternakan	Pemasaran sulit dilakukan	Permodalan
9	Budidaya ayam petelur	Ayam di afkir sedikit demi sedikit setiap bulan, harga telur di pasar relatif rendah	Permodalan
10	Peternakan	Mengurangi jumlah ayam shg terjadi penurunan produksi	Permodalan

Sumber: Data Primer diolah

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Asosiasi Peternakan Sapi Perah adalah menurunnya hasil produksi. Beberapa peternak menurunkan jumlah pemberian pakan sehingga berakibat pada menurunnya produksi susu sapi. Oleh karenanya, kelompok usaha ini mengharapkan adanya bantuan permodalan dan alat produksi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksinya.

Tabel 4.10.

Permasalahan dan Harapan Responden Asosiasi Peternakan Sapi Perah

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Peternakan sapi perah	Tidak ada	Program pakan untuk bikin pakan sendiri
2	KSU persusuan	Rata-rata peternak mengurangi pemberian pakan khususnya konsentrat otomatis berdampak pada produksi susu menurun	Permodalan Produksi
3	Susu Segar Murni	Terjadinya penolakan Industri Pengolahan dan pembatasan	Permodalan
4	Susu Perah	Jumlah produksi menurun	Produksi
5	Breeding sapi perah	Tidak mengalami penurunan omzet	Permodalan

Sumber: Data Primer diolah

Dari kelompok usaha KWT Nira Lestari permasalahan dari para anggotanya adalah semakin berkurangnya bahan baku untuk produksi. Beberapa tenaga penderes memilih untuk tidak bekerja. Adapun harapan mereka adalah dengan diberikan bantuan permodalan serta sarana produksi agar mereka dapat melakukan diversifikasi produk. KWT Nira Lestari menganggap adanya kondisi pandemi seperti ini juga dapat berdampak positif karena akan memacu anggota mereka untuk berinovasi untuk menemukan produk baru yang lebih baik dari sebelumnya.

Tabel 4.11.

Permasalahan dan Harapan Responden KWT Nira Lestari

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	UMKM	Sebenarnya covid-19 memberikan dampak positif, hanya saja banyak Penderes yang pensiun, tidak memanjat nira lagi, sehingga bahan baku kurang	Di beri modal untuk inovasi Bahan baku langka, butuh diversifikasi produk Pelatihan Alat untuk sterilisasi produk
2	Perkebunan	Kekurangan baku yang disebabkan kurangnya tenaga penderes	Alat dan Fasilitas penunjang diversifikasi produk, kami sudah menemukan Veganeectar yang meningkatkan penghasilan 3 kali lipat

Sumber: Data Primer diolah

Pada kelompok usaha UMKM Kopi permasalahan terbesarnya adalah menurunnya permintaan pasar yang disebabkan menurunnya daya beli masyarakat. Hal ini berdampak besar terhadap penurunan omzet usaha. Oleh sebab itu, UMKM Kopi Magelang berharap pemerintah dapat memberikan bantuan permodalan agar usaha mereka dapat kembali

normal seperti sebelumnya. Selain bantuan permodalan, bantuan lainnya adalah alat produksi untuk mengaktifkan kembali hasil produksi kopi yang selama ini terhambat karena kondisi pandemi.

Tabel 4.12.

Permasalahan dan Harapan Responden Komunitas UMKM Kopi Magelang

No	Jenis Usaha	Permasalahan	Harapan Responden
1	Pengolahan Kopi Bubuk Kemasan	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Produksi
2	Pengolahan dan penjualan kopi bubuk	Selain toko-toko yang biasanya dititipi tutup, permintaan juga berkurang drastis	Permodalan
3	Pengolahan kopi	Daya beli masyarakat menurun	Permodalan Produksi
4	Pengolahan kopi	Daya beli masyarakat menurun	Permodalan
5	Kopi powder green ben	Tidak bisa jualan, pemasaran sulit	Pemasaran
6	Kopi	Daya beli masyarakat menurun	Permodalan Pelatihan
7	Produsen kopi	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Produksi
8	Pengolahan kopi	Penurunan permintaan pasar	Permodalan Pelatihan
9	Greenbean, roastbean, kopi bubuk.	Menurunnya orderan	Permodalan Produksi
10	Kopi	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan Pemasaran
11	Pengolahan kopi	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
12	Pengolahan kopi jual beli green bean roast bean dan powder	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan Pemasaran
13	Kopi bubuk / minuman	Karena masih kurangnya alat yang mendukung untuk kedai kopi	Permodalan Produksi
14	Kedai / Cafe	Penurunan daya beli masyarakat	Permodalan
15	Jual kopi bubuk murni	Karena tidak banyak kegiatan perkumpulan	Permodalan Produksi
16	Kopi seduh	Penurunan daya beli masyarakat	Pemasaran Permodalan Produksi
17	Olahan kopi	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
18	Minuman	Penurunan permintaan pasar	Permodalan
19	Pengolahan kopi	Penurunan permintaan pasar	Permodalan

Sumber: Data Primer diolah

Permasalahan asosiasi peternak itik adalah menurunnya angka pemasaran serta meningkatnya harga pakan. Hal ini membuat keuangan usaha menjadi semakin menipis.

Oleh karenanya, harapannya pemerintah dapat membantu melalui tambahan permodalan agar usaha mereka dapat berjalan normal kembali.

Kelompok usaha Klaster Budidaya Air Tawar menurunnya permintaan pasar dan menurunnya kualitas produksi yang disebabkan oleh adanya kerusakan mesin serta naiknya harga bahan baku. Efek domino dari naiknya harga bahan baku adalah petani pembudidaya tidak sanggup untuk membeli bahan baku tersebut yang berakibat pada menurunnya kualitas produk yang dihasilkan. Oleh karenanya harapan dari Klaster Budidaya Air Tawar adalah adanya bantuan permodalan serta pemberian alat produksi yang modern seperti mesin ekstruder.

Permasalahan yang dihadapi Asosiasi Pengelola Desa Wisata di Kabupaten Magelang selama pandemi Covid-19 yaitu kurangnya pembeli dikarenakan banyak yang membatalkan order. Sementara bantuan yang diharapkan yaitu aspek permodalan dan produksi. Permasalahan dan harapan responden Asosiasi Pengelola Desa Wisata dapat dilihat pada tabel berikut.

Kelompok usaha Klaster Salak Nglumut Srumbung memiliki permasalahan yaitu menurunnya daya beli masyarakat yang berakibat pada berkurangnya permintaan terhadap produk. Oleh karenanya bantuan yang diharapkan oleh kelompok usaha ini adalah peningkatan promosi produk UMKM khususnya di Kabupaten Magelang dan sekitarnya yang memang menjadi target pasar utama dari produk yang dihasilkan.

Kelompok usaha GEKRAF memiliki permasalahan utama yaitu berkurangnya omzet karena menurunnya minat dan jumlah pembeli. Dengan adanya pandemi, aktivitas masyarakat menjadi sangat terbatas sehingga acara-acara yang biasanya banyak mengundang orang seperti event pariwisata, hajatan, dan rapat kantor pemerintahan ditiadakan selama kondisi pandemi ini. Oleh karenanya GEKRAF berharap bantuan berupa permodalan dan pemasaran.

Permasalahan yang paling banyak dihadapi oleh Gabungan Petani Organik Sawangan (GATOS) adalah semakin menurunnya permintaan pasar terhadap produk mereka dan banyaknya pesanan yang harus ditunda. Selain itu terjadi kenaikan harga bahan baku yang semakin menyulitkan petani dalam menjaga kualitas produksinya. Masalah-masalah tersebut semakin menyulitkan para petani karena dalam kondisi pandemi ini aktivitas produksi mereka banyak yang terhenti. Oleh karenanya bantuan yang diharapkan dari pemerintah adalah bantuan permodalan serta penyediaan alat produksi.

Permasalahan utama dari Klaster Pertanian adalah semakin berkurangnya pembeli yang menyebabkan terjadinya penurunan omzet. Adapun harapan dari klaster pertanian adalah adanya bantuan permodalan, penyediaan alat produksi, serta pendampingan dari pemerintah. Permasalahan dan harapan responden Klaster Pertanian dapat dilihat pada tabel berikut.

Permasalahan yang terjadi pada kelompok usaha Sapi Potong akibat adanya pandemi Covid-19 yaitu turunnya omzet penjualan yang diakibatkan produksinya yang turun serta turunnya permintaan pasar. Selain itu, kualitas bibit sapi yang menurun juga berdampak pada kualitas sapi sehingga harga jual ikut turun. Sementara itu, harapan dari kelompok Sapi Potong yaitu permodalan, pemasaran, dan produksi. Dari aspek permodalan, kelompok sapi potong mengharapkan adanya bantuan modal yang merata, sedangkan untuk pemasaran yang diharapkan pemerintah dapat menetapkan standar pemasaran produksi. Terkait dengan produksi, yang dibutuhkan adalah tersedianya pakan dan mudahnya mendapatkan obat-obatan ternak sehingga produksi dapat berkembang. Berdasarkan hasil penjabaran permasalahan setiap kelompok usaha diatas, permasalahan terbanyak dialami oleh para pelaku usaha adalah permodalan. Selain masalah permodalan, masalah yang dihadapi juga terkait dengan produksi, pemasaran, dan bahan baku. Bila identifikasi permasalahan setiap klaster telah ditemukan, maka dapat digambarkan sebagai berikut:

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Permasalahan yang terjadi dan menjadi akar permasalahan adalah terjadinya pandemi covid-19 di Indonesia di awal tahun 2020, tepatnya pada bulan maret. Terjadinya pandemi covid-19 ini baik secara langsung maupun tidak langsung berdampak pada kondisi usaha mikro dan kecil, tidak terkecuali di Kabupaten Magelang. Pemerintah melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang mengakibatkan sebagian besar perekonomian terkena dampaknya. Pembatasan sosial ini, berdampak pada usaha mikro dan kecil di Kabupaten Magelang berupa menurunnya wisatawan yang datang ke Kabupaten Magelang yang berakibat produk usaha mikro dan kecil yang dihasilkan tidak terbeli, dan bahkan sebagian usaha mikro dan kecil menghentikan usahanya. Belum lagi pandemi ini mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat akibat sebagian tenaga kerja kehilangan pekerjaannya, termasuk tenaga kerja yang bekerja pada usaha mikro dan kecil di Kabupaten Magelang ini.

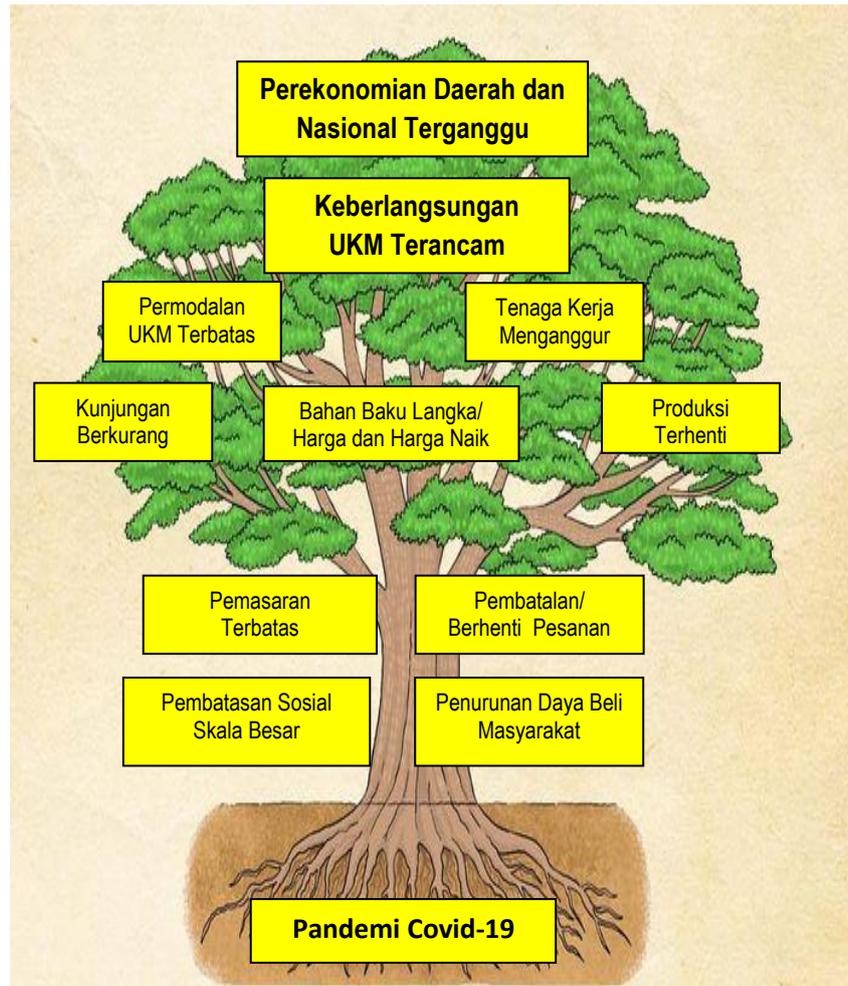
Semakin menurunnya omzet yang didapatkan dari hasil penjualan menyebabkan banyak pelaku usaha yang harus menurunkan produksinya ataupun mengurangi jam kerjanya. Tentu saja hal ini kemudian berdampak berkurangnya modal yang digunakan untuk diputar kembali. Berkurangnya modal ini kemudian memiliki dampak turunan yang kompleks, misalnya para pelaku usaha kesulitan untuk menjaga kualitas produk ataupun jasanya, area pemasaran menjadi semakin berkurang, bahkan ada beberapa pelaku usaha yang sampai menutup usahanya.

Dari hasil identifikasi permasalahan tersebut, ditemukan beberapa akar permasalahan dari adanya kondisi pandemi covid-19 ini, pertama, berkurangnya jumlah konsumen karena sektor-sektor potensial seperti pariwisata yang biasanya menarik banyak konsumen dikurangi aktivitasnya oleh pemerintah. Kedua, yaitu terkait dengan pemasaran. Beberapa pelaku usaha UKM kesulitan untuk memasarkan produknya karena adanya pembatasan aktivitas baik di Kabupaten Magelang maupun wilayah lainnya. Semua jenis usaha baik yang memiliki target konsumen di Magelang maupun luar Magelang terkendala karena terbatasnya ruang untuk melakukan proses distribusi. Ketiga, menurunnya daya beli

masyarakat karena aktivitas perekonomian semakin lesu. Dan yang terakhir adalah, sulitnya untuk mendapatkan bahan baku karena banyak pabrik yang tutup serta aktivitas ekstraksi bahan baku yang berasal dari alam juga semakin terbatas.

Dari keempat masalah tersebut berakibat terhadap ketidakmampuan para pelaku usaha dalam melakukan produksi. Adapun upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi ketidakmampuan produksi tersebut adalah dengan memberikan bantuan permodalan serta bantuan sarana produksi. Kedua bantuan tersebut dapat memberikan dampak yang cukup signifikan secara cepat karena akan meningkatkan hasil produksi dan membuat rantai produksi dan distribusi menjadi normal kembali. Agar kemudian proses identifikasi akar permasalahan dapat merumuskan solusi yang maksimal, diperlukan strategi yang secara spesifik dapat menjelaskan tahapan-tahapan pelaksanaan kebijakan penanganan dampak pandemi ini terhadap sektor UKM di Kabupaten Magelang. Penjabaran strategi tersebut diperlukan agar, proses penanganan yang dilaksanakan dapat lebih terukur dan memiliki fokus yang jelas.

Selain permodalan, permasalahan lainnya yang juga banyak dikeluhkan adalah pemasaran. Kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat secara masif memiliki dampak yang besar terhadap berkurangnya cakupan pemasaran para pelaku usaha. Adanya pembatasan ini berkorelasi terhadap berkurangnya aktivitas perkantoran, industri, ataupun pariwisata. Secara tidak langsung hal tersebut akan mengurangi cakupan pemasaran dari para pelaku usaha UKM. Pola pemasaran secara online memang menjadi solusi bagi sebagian besar pelaku usaha untuk tetap bertahan dari kondisi pandemi covid-19 ini, akan tetapi yang perlu dipahami bahwa tidak semua pelaku usaha, khususnya kelas UKM yang mampu mengoptimalkan penggunaan e-commerce ataupun media sosial untuk memasarkan produk ataupun jasanya, sehingga banyak dari pelaku usaha yang terkena dampak pemasaran dari adanya pembatasan aktivitas masyarakat tersebut.



Gambar 5.1.

Analisis Pohon Permasalahan

Sumber: Analisis Peneliti

Masalah lainnya yang juga banyak dikeluhkan adalah sulitnya mendapatkan bahan baku serta minimnya orderan. Adanya pembatasan aktivitas masyarakat selama kondisi pandemi ini memiliki efek domino terhadap dunia usaha. Jika sebelumnya, sudah dijelaskan terkait permodalan dan pemasaran, permasalahan kesulitan bahan baku juga banyak terjadi. Terganggunya rantai produksi dan distribusi disebabkan karena semakin menurunnya pasokan bahan baku kepada para pelaku usaha. Bahan baku yang semakin minim berdampak pada menurunnya kualitas maupun kuantitas produksi.

Hal yang sama juga terjadi pada berkurangnya orderan usaha. Pelaku usaha UKM Kabupaten Magelang sebagian bergantung pada acara-acara yang dilaksanakan baik di kantor pemerintahan, hajatan masyarakat, event pariwisata, dan lain-lain. Kegiatan-kegiatan tersebut dianggap efektif meningkatkan jumlah orderan karena mampu mengumpulkan orang yang jumlah cukup banyak. Sehingga dari kegiatan tersebut muncul banyak

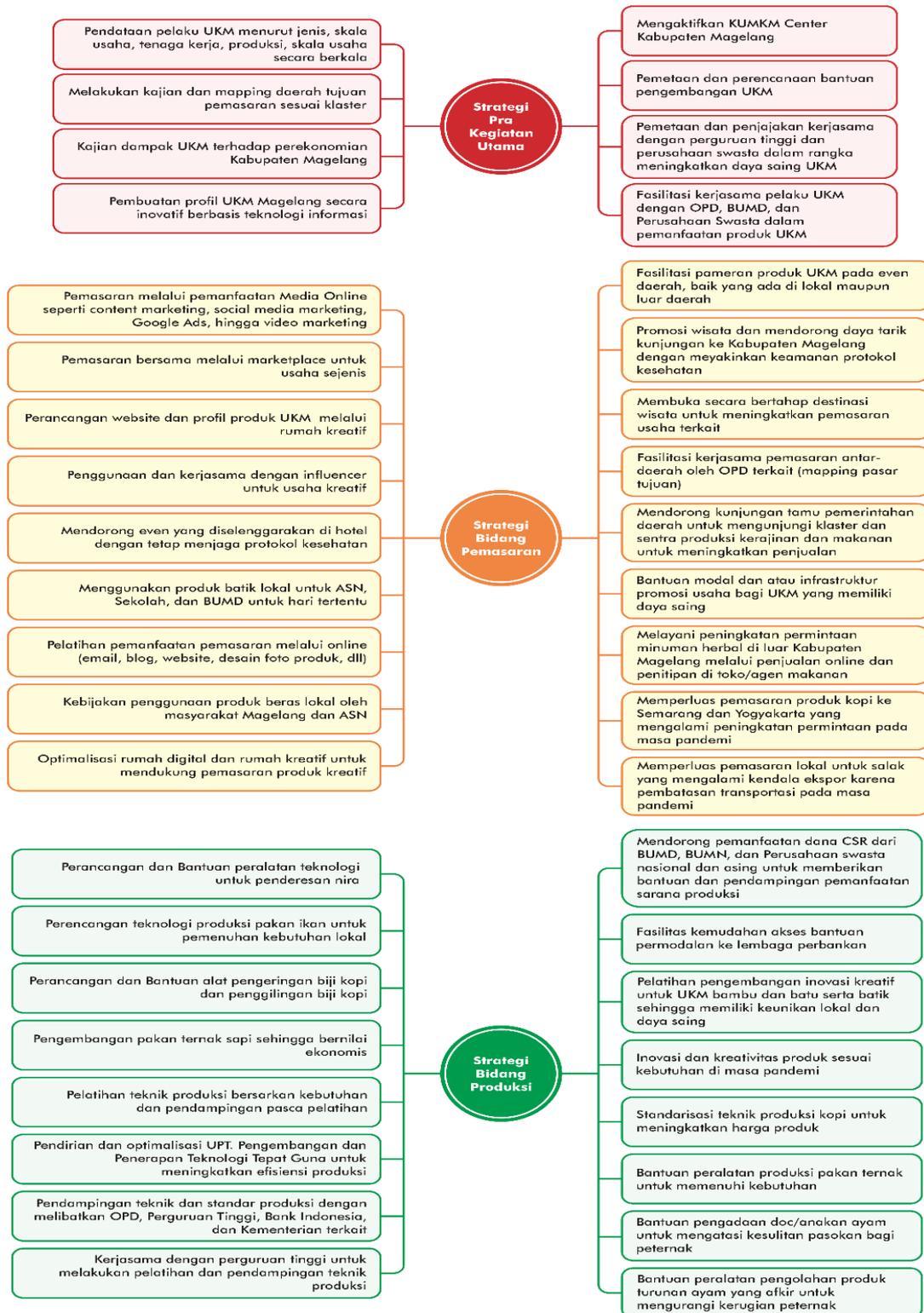
kebutuhan yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk menjual produk ataupun jasanya. Akan tetapi dengan adanya pembatasan seperti ini, para pelaku usaha mengalami berkurangnya orderan yang masuk.

Permasalahan lainnya yang juga cukup relevan untuk menjelaskan dampak dari adanya kondisi pandemi covid-19 ini adalah menurunnya daya beli masyarakat. Pembatasan aktivitas bukan hanya menyebabkan berkurangnya transaksi ataupun perputaran uang, penurunan daya beli juga terjadi karena banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan ataupun penurunan penghasilan. Hal ini berdampak pada kurangnya daya beli masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

Perlu dipahami bahwa, permasalahan yang terjadi karena adanya kondisi pandemi covid-19 ini seperti siklus yang saling mempengaruhi. Akan tetapi jika diidentifikasi lagi dari hulu permasalahannya, adanya pembatasan aktivitas masyarakat untuk memberikan efek domino yang rumit. Sebagaimana telah dijelaskan dalam uraian permasalahan diatas, para pelaku usaha UKM memang mengalami dampak yang signifikan. Permodalan yang semakin menipis, bahan baku yang semakin sulit, cakupan pemasaran semakin kecil serta menurunnya orderan yang masuk merupakan efek domino yang akan terus berlanjut apabila tidak ada kebijakan yang tepat sasaran untuk membantu para pelaku usaha UKM.

5.2. Saran

Berdasarkan analisis data dan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UKM di Kabupaten Magelang, maka dapat dirumuskan 3 strategi strategis yaitu: (1) Strategi Pra Kegiatan Utama; (2) Strategi Bidang Pemasaran; (3) Strategi Bidang Produksi. Masing-masing strategi tersebut ditetapkan berbagai kegiatan prioritas. Selengkapnya ditampilkan pada Gambar berikut ini.



Gambar 5.3.
Strategi dan Kegiatan Penanganan Dampak Covid-19 terhadap UKM Di Kabupaten Magelang
Sumber: Analisis Tim

DAFTAR PUSTAKA

- Antonescu, D. (2020). Supporting Small and Medium Size Enterprises Through the Covid-19 Crisis in Romania. *Central European Journal of Geography and Sustainable Development*, 2(1), 38–57. <https://doi.org/10.47246/cejgsd.2020.2.1.4>
- Bouey, J. (2020). Assessment of COVID-19's Impact on Small and Medium-Sized Enterprises: Implications from China. *Assessment of COVID-19's Impact on Small and Medium-Sized Enterprises: Implications from China*. <https://doi.org/10.7249/ct524>
- Brown, R., & Rocha, A. (2020). Entrepreneurial uncertainty during the Covid-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance. *Journal of Business Venturing Insights*, 14(April), e00174. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00174>
- Centre, O., Party, O. W., & Wpsmee, T. (2020). *Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses*. March, 1–169.
- Gerald, E., Obianuju, A., & Chukwunonso, N. (2020). Strategic agility and performance of small and medium enterprises in the phase of Covid-19 pandemic. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 2(1), 41–50. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v2i1.163>
- Guo, H., Yang, Z., Huang, R., & Guo, A. (2020). The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID-19 survey. *Frontiers of Business Research in China*, 14(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1>
- Liguori, E. W., & Pittz, T. G. (2020). Strategies for small business: Surviving and thriving in the era of COVID-19. *Journal of the International Council for Small Business*, 1(2), 106–110. <https://doi.org/10.1080/26437015.2020.1779538>
- Lu, Y., Wu, J., Peng, J., & Lu, L. (2020). The perceived impact of the Covid-19 epidemic: evidence from a sample of 4807 SMEs in Sichuan Province, China. *Environmental Hazards*, 19(4), 323–340. <https://doi.org/10.1080/17477891.2020.1763902>
- Maciel, J. A. C., Castro-Silva, I. I., & de Farias, M. R. (2020). Initial analysis of the spatial correlation between the incidence of covid-19 and human development in the

- municipalities of the state of ceará in brazil. *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 23, 1–17. <https://doi.org/10.1590/1980-5497202000057>
- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International Journal of Information Management*, 55(June), 102192. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102192>
- Patel, J. A., Nielsen, F. B. H., Badiani, A. A., Assi, S., Unadkat, V. A., Patel, B., Ravindrane, R., & Wardle, H. (2020). Poverty, inequality and COVID-19: the forgotten vulnerable. *Public Health*, 183, 110–111. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2020.05.006>
- Ranasinghe, R., Karunarathna, C., & Pradeepamali, J. (2020). After Corona (COVID-19) Impacts on Global Poverty and Recovery of Tourism Based Service Economies: An Appraisal. *SSRN Electronic Journal*, 1 Mei 2020(2), 1–15. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3591259>
- Schooley, S. (2019). *SWOT Analysis: What It Is and When to Use It*.
- Seah, K. M. (2020). COVID-19: Exposing digital poverty in a pandemic. *International Journal of Surgery*, 79(May), 127–128. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.05.057>
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2, 100018. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- Suryahadi, A., Al Izzati, R., & Suryadarma, D. (2020a). Estimating the Impact of Covid-19 on Poverty in Indonesia*. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 0(0), 1–34. <https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1779390>
- Suryahadi, A., Al Izzati, R., & Suryadarma, D. (2020b). Estimating the Impact of Covid-19 on Poverty in Indonesia*. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 1–34. <https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1779390>
- Webster, F., Connoy, L., Sud, A., Pinto, A. D., & Katz, J. (2020). Grappling with Chronic Pain and Poverty during the COVID-19 Pandemic. *Canadian Journal of Pain*, 4(1), 125–128. <https://doi.org/10.1080/24740527.2020.1766855>

