

Kondisi dan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pasar Tanjung di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Konsep Pemasaran)

Ach Ilyasi

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Universitas Islam Jember, Provinsi Jawa Timur, Indonesia

Email: achilyasi@uij.ac.id

Abstrak

Jurnal ini berfokus untuk mempelajari kondisi UMKM di Pasar Tanjung yang ada di Kabupaten Jember selama pandemi covid 19 dan menerapkan strategi yang dirasa mampu untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional kedepannya. Pandemi covid 19 yang sudah terjadi belakangan ini membawa banyak sekali dampak buruk. Segala upaya sudah dilakukan pemerintah untuk mengurangi dampak dari pandemi tersebut. Mulai dari melakukan pembatasan aktivitas masyarakat, sampai mengubah seluruh aktivitas menjadi dirumah saja. Hal ini berpengaruh pada kinerja ekonomi serta penurunan tingkat keuntungan dan mengakibatkan banyak pelaku usaha yang terpaksa menghentikan usahanya bahkan ada yang mengalami kerugian sampai kebangkrutan. Pemerintah banyak memberikan perhatian berupa bantuan kepada para pelaku usaha, karena masyarakat yang kehilangan pekerjaan telah beralih menjalankan usaha rumahan. Pembinaan dan bantuan dana merupakan salah satu upaya pemerintah dalam membangun lagi sektor usaha masyarakat yang mengalami penurunan. Penelitian ini menggunakan kata-kata tertulis atau lisan orang serta perilaku yang diamati dari kejadian untuk menghasilkan data deskriptif. Dalam rangka memberikan gambaran yang jelas tentang strategi yang digunakan untuk memajukan UMKM JEMBER, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan atau mendeskripsikan data yang diperoleh.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan UMKM, Pemanfaatan Teknologi dan Konsep Pemasaran

Abstract

This journal focuses on studying the condition of UMKM in Tanjung Market in Jember Regency during the Covid 19 pandemic and implementing strategies that are considered capable to improve the competitiveness of traditional markets in the future. The Covid 19 pandemic that has occurred recently has brought a lot of bad effects. Every effort has been made by the government to reduce the impact of the pandemic. Starting from limiting community activities, to changing all activities to be at home only. This affects economic performance as well as a decrease in the level of profits and resulted in many business actors who were forced to stop their business even some who suffered losses until bankruptcy. The government gives a lot of attention in the form of assistance to business people, because people who lose their jobs have switched to running home businesses. Development and funding assistance is one of the government's efforts in rebuilding the declining community business sector. This study is a study that produces descriptive data in the form of written or oral words from people and observed behaviors of the phenomenon that occurs. This research aims to explain or describe the data obtained so as to provide a clear picture of the strategies used to advance Jember UMKM.

Keywords: *UMKM Development Strategy, Utilization of Technology and Marketing Concept*



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Pada awal Maret 2020, Indonesia mengkonfirmasi kasus pertama virus Corona atau dikenal juga dengan nama Covid-19. Munculnya penyakit virus corona memang banyak memberikan dampak. Bahkan, efeknya tidak hanya dirasakan di Indonesia. tetapi juga di seluruh dunia. Pemerintah telah melakukan sejumlah tindakan untuk mengurangi dampak

pandemi Covid-19 di berbagai sektor. Hampir semua industri, tidak hanya kesehatan, terkena dampaknya. Pandemi virus corona juga berdampak signifikan terhadap perekonomian. Kegiatan usaha dipengaruhi oleh pembatasan kegiatan masyarakat, yang berdampak pada perekonomian. Situasi ketenagakerjaan Indonesia juga dipengaruhi oleh melemahnya kinerja ekonomi. Pada Agustus 2020, catatan kebijakan Lembaga Penelitian SMERU independen berjudul "Mengantisipasi Potensi Dampak Krisis Akibat Pandemi COVID-19 pada Sektor Ketenagakerjaan" diterbitkan. Tim peneliti SMERU menyoroti setidaknya dua konsekuensi terkait ketenagakerjaan dari krisis ekonomi Indonesia pada tahun catatan itu. Yang pertama adalah peningkatan jumlah pengangguran, dan yang kedua adalah sifat pasar tenaga kerja yang bergeser setelah krisis (Rizal, 2020)

Situasi ketenagakerjaan di Indonesia juga dipengaruhi oleh melemahnya perekonomian. Di sektor ketenagakerjaan, Indonesia telah mengalami dua krisis ekonomi: peningkatan jumlah pengangguran dan pergeseran pasar tenaga kerja setelah krisis. Semua pekerjaan mulai melaksanakan pekerjaan dari rumah dan mulai mempertimbangkan cara untuk menghemat biaya produksi dan menstabilkan keuntungan, yang mengakibatkan peningkatan pengangguran. Dimulai dengan mengurangi jumlah karyawan dan jam kerja. Banyak individu telah beralih ke bisnis rumahan sebagai akibat dari kebijakan ini. Anak-anak sekolah juga menjual dan mendukung bisnis orang tua mereka sebagai sarana untuk menambah penghasilan mereka. Selama pandemi, ini mungkin menunjukkan bahwa memulai bisnis kecil adalah cara cepat untuk menghasilkan uang.

Pandemi COVID-19 berdampak pada sentimen investor, yang pada gilirannya menyebabkan pasar secara umum negatif. Untuk merangsang perekonomian, diperlukan langkah-langkah fiskal dan moneter strategis yang mendesak. Pasar semakin bergerak ke arah yang berlawanan dengan COVID-19 -19 pandemi menyebar. Selain itu, ekonomi Indonesia sangat dipengaruhi oleh lambatnya ekspor ke China. Pandemi COVID-19 berdampak buruk bagi perekonomian Indonesia, tetapi juga dapat menguntungkan. Pasar ekspor baru selain China mungkin menawarkan peluang yang sangat baik untuk masuk ke Indonesia. Selain itu, daripada menarik keuntungan dari luar negeri, pemerintah akan lebih memperkuat produksi dalam negeri, yang akan mendorong perekonomian dalam negeri. Meskipun ekonomi global dalam bahaya, pandemi COVID-19 dapat dijadikan sebagai koreksi untuk menstabilkan investasi (Nasution et al., 2020).

Menurut Nuari (2017), sektor yang lebih besar justru tergeser oleh krisis ekonomi 1998, sedangkan UKM mampu melewati badai. Sektor ekonomi mengalami transformasi akibat krisis ini. Usaha kecil dan besar sama-sama terpaksa keluar dari bisnis sebagai akibat dari kenaikan biaya impor untuk bahan baku. Rupiah berfluktuasi dan terdepresiasi terhadap dolar sebagai akibat dari besarnya jumlah hutang. Industri perbankan juga telah berubah, bersama dengan sektor ekonomi. Akibat penurunan Dalam industri perbankan, banyak pelaku usaha yang mengalami perubahan kebutuhan permodalan. Sehingga pelaku usaha yang tidak mampu mempertahankan usahanya karena tingginya suku bunga yang dikenakan oleh bank dapat melakukannya. Semakin banyak usaha kecil dan menengah (UKM) terus beroperasi.

Menurut kriteria yang digariskan dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha yang dikerjakan oleh perindividu, rumah tangga atau salah satu bada usaha kecil, yang dikaitkan dengan pelaksanaan Keuangan Berkelanjutan di Indonesia. Menurut Bab VI Pasal 20, Pemerintah dan Pemerintah Daerah harus memberikan insentif bagi UMKM untuk mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan guna mendorong pertumbuhan usaha.

Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian. Selama krisis moneter tahun 1997, bisnis besar gulung tikar satu per satu, tetapi bisnis UMKM terus beroperasi dan menjadi tulang punggung perekonomian.

Sebuah pusat perdagangan baru, khususnya bagi usaha mikro kecil dan menengah, telah muncul di Jember, yang menempati posisi strategis dan berfungsi sebagai salah satu Pusat Kegiatan Wilayah Jawa Timur. Ada banyak pasar tradisional di Jember, termasuk pasar kreongan, pasar pasar gebang, dan pasar Prumnas. Pasar tradisional terbesar adalah pasar tanjung. Pemerintah dan peneliti di Indonesia sangat memperhatikan UMKM di masa pandemi ini. Hal ini dengan alasan UMKM merupakan motor penggerak perekonomian Indonesia. Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan tiga peran dalam perekonomian. Salah satu fungsi utama mereka adalah untuk menyamakan kedudukan antara orang kaya dan orang miskin, memungkinkan mereka untuk tetap tinggal di komunitas lokal mereka tanpa harus pindah. Dapat menurunkan kemiskinan karena tingkat penyerapan tenaga kerja yang tinggi. Meningkatkan mata uang negara untuk mempromosikan barang dan jasanya tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di luar negeri (Putri, 2019). Pasar Tanjung merupakan salah satu contoh bagaimana pergerakan sektor UMKM mendorong perluasan ekonomi dan kesempatan kerja.

Penelitian tentang industri yang menggerakkan perekonomian daerah diperlukan untuk mengembangkan strategi kebijakan pemulihan ekonomi. Sayangnya, sangat sedikit data UMKM yang disajikan di Kota Jember selama pandemi. Pemerintah Kota Jember dalam menghidupkan kembali lesunya perekonomian akibat Covid-19. Hasilnya, temuan penelitian ini akan mengungkap kondisi dan taktik yang dilakukan pelaku UMKM pada Januari selama pandemi COVID-19. Temuan studi ini akan menjadi acuan dalam merumuskan kebijakan untuk mendukung UMKM dan menetapkan program pemerintah untuk mendukung mereka di era pemulihan baru (new normal). Sampai saat ini pasar Tanjung masih sering dikunjungi masyarakat. Pasar tradisional lebih disukai karena lebih murah dibandingkan supermarket. Anda juga bisa mencoba untuk menegosiasikan harga yang lebih rendah dengan penjual. Sebagian besar bahannya berasal dari masyarakat dan dijual kembali langsung ke pelanggan, memastikan bahwa sayuran dan buah-buahan di pasar Tanjung alami dan segar. Segala jenis pakaian juga tersedia, dan harganya jelas rendah. Namun, supermarket saat ini bersaing dengan pasar Tanjung karena kemajuan teknologi dan ketersediaan berbagai bahan makanan cepat saji.

Terlepas dari kelebihan pasar tersebut, terdapat kekurangan yang belum sepenuhnya dibenahi. Jika ingin berbelanja di Pasar Tanjung, Anda harus mewaspadaai kekotoran dan ketidakteraturannya. Masalah seperti lingkungan pasar yang berantakan akibat kebersihan pasar dan buruknya penataan yang tertata, pedagang yang tidak tertib menggunakan tempat berjualan, dan fasilitas pasar yang terabaikan. Kemacetan lalu lintas di sekitar pasar disebabkan oleh lahan parkir yang memenuhi bahu jalan. Kondisi fisik pasar yang sudah tua, kebersihan yang tidak terawat, bau tak sedap, dan kerapihan yang kurang juga menjadi masalah yang perlu mendapat perhatian pemerintah setempat. Selain itu, kios-kios kecil di pasar memperparah kemacetan. Untuk mencegah supermarket menggusur pasar tradisional yang menjadi simbol kota Jember ini, perlu kehati-hatian khusus. Pedagang bahkan menaikkan harga barangnya untuk menutupi kerugian selama pandemi ini, dan beberapa toko siap untuk dijual. Akibatnya, masyarakat secara bertahap akan berhenti mengaguminya. Untuk meningkatkan UMKM di Pasar Tanjung, pemerintah membutuhkan dukungan dan perhatian yang signifikan. Pembinaan juga merupakan salah satu upaya pemerintah untuk memberikan lapangan kerja dan kesempatan bagi wirausaha baru dalam rangka mengurangi krisis pengangguran. Dinas Koperasi dan UMKM didirikan dengan tujuan untuk memajukan kepentingan ekonomi masyarakat khususnya di Kabupaten Jember, sehingga bahwa mereka dapat bersaing dalam jasa dan perdagangan. Melalui pembinaan, pendampingan, pemberian fasilitas, dan pendampingan untuk menumbuhkan daya saing, upaya pembangunan bertujuan untuk

memberdayakan pelaku usaha. Keberadaan UMKM berpotensi untuk mengentaskan masalah ekonomi dan sosial masyarakat, khususnya pengangguran dan kemiskinan, dan pemerintah perlu memberi mereka lebih banyak otoritas.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dipilih adalah penelitian kualitatif. Dalam konteks penelitian ini, data deskriptif dikumpulkan melalui kata-kata tertulis atau lisan individu dan perilaku fenomena yang diamati. Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang strategi yang digunakan untuk mempromosikan UKM di Januari, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan atau mendeskripsikan data yang diperoleh. Metode analisis data kualitatif digunakan dalam metode penelitian UMKM Pasar Tanjung. observasi, jurnal, dan sumber data lainnya. Bergantung pada kebutuhan data, data yang terkumpul diolah dan disajikan dalam bentuk narasi. Selain itu, proses interpretasi data dilanjutkan dengan analisis data untuk menarik kesimpulan dari temuan penelitian.

Kajian Terdahulu

Pertama, Kondisi dan Strategi UMKM Selama Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang, oleh Mirza Ayunda Pratiwi, Niki Aisyah, dan Febri Eka Saputra. Pelaku UMKM sengaja dipilih untuk pendataan dan diwawancarai secara bebas. Excel dan SPSS digunakan untuk menganalisis data. Selama pandemi covid-19, studi menemukan bahwa agribisnis mengalami peningkatan omset sementara kerajinan, perdagangan, jasa, pariwisata, dan kuliner melihat penurunan omset. Selain itu, penelitian ini menjelaskan bagaimana pelaku UMKM meningkatkan dan mempertahankan pendapatannya selama pandemi Covid-19. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penurunan pendapatan pelaku UMKM di Kota Tanjungpinang cukup signifikan.

Hanya sektor agribisnis yang mengalami peningkatan selama pandemi Covid-19, dari enam kategori usaha Kriya, Pariwisata, Jasa, Perdagangan, dan Kuliner. Kerajinan dan pariwisata mengalami penurunan pendapatan terbesar, masing-masing sebesar 69,2 persen dan 78,8 persen. Kedua, Ragimun, Rahma Rina Wijayanti, dan Sudaryanto dengan judul Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Kaitannya dengan Pasar Bebas Asean. Melalui peningkatan dan pengembangan kapasitas, serta melalui pemberian pinjaman dan penyediaan akses informasi pemasaran, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan kemampuan UMKM dalam meningkatkan sumber daya manusianya untuk bersaing di pasar bebas Asean dan untuk meningkatkan daya saing industri dalam menghadapi Asean. perdagangan bebas.

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dan eksploratif untuk mengkaji pemberdayaan UMKM dalam menghadapi strategi pasar bebas Asean. Pendekatan yang dikenal dengan literature review atau studi literatur juga digunakan dalam penciptaan karya ilmiah ini. Beberapa sumber, termasuk buku, jurnal ilmiah, dan internet, digunakan dalam pendekatan teori/konsep. Penguasaan pasar yang menjadi syarat peningkatan daya saing UMKM merupakan salah satu strategi untuk dapat mengantisipasi persaingan mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif khususnya pada kawasan ASEAN.

Pasar faktor produksi dalam rangka memperluas jaringan pemasaran produknya. Teknologi informasi akan memudahkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk berekspansi secara efektif di dalam negeri dan internasional. Pada era perkembangan teknologi saat ini yang diperkirakan bahwa pembentukan pusat UMKM yang berbasis IT sehingga dapat mendorong akan semakin tumbuh dan pesat dalam perkembangannya usaha mikro, kecil dan menengah tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan UMKM dalam Konsep Teoritis

Dalam perekonomian Indonesia UMKM merupakan kelompok usaha terbesar dalam perekonomian Indonesia dan telah terbukti tangguh dalam menghadapi berbagai guncangan krisis ekonomi. Di bawah payung hukum tersebut, telah diatur kriteria-kriteria usaha yang dapat dikategorikan sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. digunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Sesuai dengan Rahmana (2008), Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), dan Keputusan Menteri Keuangan No. 61 memberikan definisi mereka sendiri tentang UKM. tanggal Juni 27 Tahun 1994 adalah 316/KMK.016/1994. Definisi UKM yang dikemukakan berbeda-beda.

Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Menekop dan UKM) mendefinisikan "usaha kecil" sebagai "badan usaha dengan kekayaan bersih paling sedikit Rp," yang termasuk "usaha mikro" (UMI).200.000.000, termasuk tanah. dan bangunan yang digunakan sebagai tempat usaha, dan penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000. Sebaliknya, warga negara Indonesia memiliki Usaha Menengah (UM), yaitu usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp200.000.000 sampai dengan Rp200.000.000. IDR10.000.000.000, tanah dan bangunan tidak termasuk.

Di Indonesia, UMKM mendapat perhatian yang sangat baik. Sektor UMKM mendapat banyak perhatian baik dari pemerintah maupun peneliti. Hal ini dengan alasan UMKM merupakan motor penggerak perekonomian Indonesia. Secara umum, UMKM memainkan tiga peran dan berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu peran tersebut adalah untuk pemerataan tingkat perekonomian yang dinikmati oleh masyarakat biasa karena UMKM berada di beberapa lokasi, memungkinkan masyarakat untuk tinggal di daerahnya daripada bepergian ke kota untuk mencari perekonomian yang lebih baik. Selain itu, tingkat lapangan kerja yang tinggi UMKM dapat membantu mengentaskan kemiskinan. Last but not least, UMKM memiliki potensi untuk mendongkrak cadangan devisa negara karena pemasarannya secara internasional dan nasional (Putri, 2019)

Menurut Sarmigi (2020), Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan pelaku ekonomi utama Indonesia. Perkembangan ke depan dapat dipengaruhi oleh keahlian dan kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mengembangkan usahanya secara mandiri. pertumbuhan dan perkembangan ekonomi sangat terbantu oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Secara umum, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan dalam perekonomian nasional sebagai sumber utama kegiatan ekonomi, pemberi kerja terbesar, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, mengembangkan pasar baru dan sumber inovasi, serta berkontribusi pada peningkatan neraca pembayaran. Selain itu, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi pedesaan serta kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat kurang mampu.

Rekomendasi strategis untuk mempertahankan usaha UMKM diberikan oleh sejumlah peneliti. Hardilawati (2020) mengemukakan sejumlah taktik yang dapat digunakan pelaku UMKM untuk mempertahankan operasinya dalam menghadapi pandemi Covid-19. Khusus UMKM yang menggunakan e-commerce. 2) Customer relationship marketing (CRM), peningkatan kualitas produk dan layanan, serta digital marketing Selain keempat strategi tersebut, opsi lain yang menjadi prioritas antara lain menjaga harga produk dan meningkatkan kualitas agar dapat merebut hati pelanggan dan membuat mereka tetap loyal. Hal ini memerlukan segmentasi pasar serta peningkatan media promosi online. Inovasi dan

pengembangan produk yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan juga harus menjadi bagian dari penguatan pemasaran (Narto & HM, 2020).

Bank Indonesia (2011) mengembangkan filosofi lima jari untuk memberdayakan UMKM di Indonesia. Artinya setiap jari memiliki perannya masing-masing, tidak bisa berdiri sendiri, dan akan lebih efektif bila digunakan bersama-sama.

1. Ibu jari melambangkan fungsi lembaga keuangan dalam proses intermediasi keuangan, khususnya dalam pemberian pinjaman dan pembiayaan kepada nasabah mikro, kecil, dan menengah serta agen pembangunan.
2. Jari telunjuk mewakili regulator yaitu Pemerintah Indonesia dan Bank Indonesia yang sama-sama bergerak di sektor riil dan berperan sebagai regulator fiskal. Mereka mengeluarkan izin usaha, sertifikasi tanah sehingga UMKM dapat menggunakannya sebagai agunan, menciptakan lingkungan yang menguntungkan, dan memberikan pembiayaan.
3. Bank dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti Unit Promoting Enterprise Access to Credit (PEAC), sebuah perusahaan penjaminan kredit, mendapat manfaat dari kemampuan jari tengah untuk memotivasi.
4. Jari manis adalah fasilitator yang membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya usaha mikro, mendapatkan pembiayaan bank, membantu bank memantau kredit, dan konsultasi pengembangan UMKM.
5. Jari kelingking melambangkan UMKM, yang terlibat dalam pelaku usaha, wajib pajak, dan memperluas tenaga kerja.

Kebersamaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tidak hanya baik bagi mereka untuk bekerja sama, tetapi juga membantu masyarakat dan pemerintah. masyarakat memperoleh manfaat dari tersedianya lapangan kerja, dan pemerintah memperoleh manfaat dari kinerja ekonomi berupa peningkatan PDB, yang mencapai lebih dari setengah PDB Indonesia. Namun, untuk memastikan manfaat bagi kedua belah pihak terwujud, kerjasama tersebut harus tetap berpegang pada prinsip kehati-hatian. Mengingat tujuan dan arah kebijakan pemberdayaan UMKM tersebut di atas, maka perlu dilaksanakan strategi mikro dan makro sebagai berikut melalui pelaksanaan program pemberdayaan UMKM:

1. Menciptakan lingkungan usaha bagi UKMTujuan program ini adalah untuk memudahkan terciptanya lingkungan usaha yang nondiskriminatif, berdaya saing, dan efisien secara ekonomi sehingga usaha kecil dan menengah dapat tumbuh dan berkembang.
2. Penciptaan sistem pendukung bisnis khusus UMKM. Program ini bertujuan untuk mempermudah, mempercepat, dan lebih mudah diakses oleh usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mengakses sumber daya produktif. Ini akan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan peluang dan potensi sumber daya lokal yang terbuka dan menyesuaikan skala bisnis mereka untuk memenuhi persyaratan efisiensi.
3. Keunggulan kompetitif UKM dan penumbuhan jiwa kewirausahaan Program ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM), sehingga meningkatkan pengetahuan dan sikap kewirausahaan serta produktivitas,
4. Pemberdayaan Usaha Kecil Program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan individu yang terlibat dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal dalam skala mikro, khususnya mereka yang masih miskin, dengan meningkatkan kapasitas usaha untuk menjadi unit usaha yang lebih mandiri.keluarga, untuk menjamin penghasilan tetap.
5. Meningkatkan Kualitas Lembaga Koperasi Tujuan dari program ini adalah untuk menjadikan lembaga dan organisasi koperasi menjadi lebih baik sehingga koperasi dapat tumbuh dan berkembang secara sehat.

Hanum & Sinarasri, (2017) juga memberikan rekomendasi strategis untuk memastikan keberlanjutan UMKM di masa pandemi COVID-19. Berbagai strategi para pelaku UMKM dapat dirinci menjadi tiga kategori: peningkatan kualitas layanan, peningkatan kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi.

1. Menciptakan lingkungan usaha bagi UKM Program ini bertujuan untuk membantu usaha kecil dan menengah tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang non-diskriminatif, kompetitif, dan efisien secara ekonomi.
2. Pengembangan sistem pendukung khusus UMKM yang berbeda. Tujuan dari program ini adalah untuk membuat akses sumber daya produktif untuk usaha kecil dan menengah (UKM) lebih sederhana, lebih cepat, dan lebih mudah tersedia. Mereka akan dapat meningkatkan skala bisnis mereka untuk memenuhi efisiensi persyaratan dan memanfaatkan peluang dan potensi sumber daya lokal yang terbuka sebagai hasilnya.
3. Penumbuhan jiwa kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah (UKM) Program ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan daya saing UMKM, sehingga meningkatkan produktivitas dan pengetahuan dan sikap kewirausahaan.
4. Pemberdayaan Usaha Kecil Program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal dalam skala mikro, khususnya yang masih miskin, dengan meningkatkan kapasitas usaha menjadi unit yang lebih mandiri. keluarga mereka.
5. Peningkatan Kualitas Lembaga Koperasi Program ini bertujuan untuk meningkatkan organisasi dan kelembagaan koperasi agar koperasi dapat berkembang.

Pasar digital baru dapat diciptakan dengan akses sederhana, peningkatan transparansi, dan pasar global dengan perdagangan yang efektif melalui e-commerce. Platform e-commerce seperti shopee, tokopedia, open lapak, OLX, gojek, lazada, dan lainnya dapat dimanfaatkan di Indonesia. Dengan mengurangi biaya transaksi dan mengkoordinasikan kegiatan ekonomi antara mitra bisnis, e-commerce mempengaruhi kinerja UMKM.

Strategi Pemasaran dalam Memanfaatkan Teknologi Informasi

Informasi dapat dibuat, disimpan, diubah, dan dimanfaatkan dalam bentuk apa pun melalui penggunaan teknologi informasi. Usaha mikro, kecil, dan menengah dapat menggunakan teknologi informasi ini untuk memasuki pasar global. Teknologi informasi telah membantu usaha kecil seperti toko buku Amazon, portal Yahoo, dan rumah lelang sederhana Ebay tumbuh menjadi perusahaan besar dalam waktu singkat. Pada masa Covid-19, banyak pelaku usaha yang pailit, bahkan terkadang menutup usahanya untuk selamanya. Namun, tidak semuanya juga mampu menjalankan usaha. Secara umum, hampir semua jenis usaha menggunakan strategi yang sama untuk melewati masa pandemi seperti berpromosi di website dan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Bahkan, sejumlah besar informan menyatakan bahwa selama pandemi Covid-19 mereka baru saja mendirikan sebuah pisahkan akun media sosial khusus untuk usahanya. Pelaku usaha seringkali menggunakan teknik diskon atau diskon untuk mempertahankan usahanya. Selain itu, untuk mempertahankan usahanya, pelaku usaha yang memiliki jumlah karyawan cukup banyak harus memberhentikan karyawan tersebut. Strategi yang sama juga digunakan para pelaku usaha ini untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemi COVID-19: menawarkan penawaran harga menarik seperti paket "beli satu gratis satu" atau "5 kali datang gratis satu kali", serta diskon, sosial media promosi, dan strategi pemasaran umum lainnya yang digunakan pelaku usaha sebelum atau selama masa pandemi.

Menurut Hanum & Sinarasri (2017), pelaku UMKM dapat menjaga kelangsungan usaha di masa pandemi COVID-19 dengan menerapkan berbagai strategi yang dirinci menjadi tiga kategori: 1) Peningkatan kualitas produk yang mengutamakan pelanggan dan pelaku UMKM harus kreatif dan inovatif. agar bisnis tetap berjalan lancar dan memenuhi permintaan pelanggan. 2) Meningkatkan kualitas layanan dengan berfokus pada tim atau mitra pemasok dan distributor perusahaan akan tumbuh. Pengembangan konsep baru dan ketersediaan bantuan ketika bisnis membutuhkannya merupakan keuntungan bekerja sama dengan mitra. Bergabung dengan organisasi UMKM di bidang yang sama dapat membantu Anda menemukan lebih banyak mitra bisnis. 3) Di era pemasaran dan penjualan online saat ini, teknologi digunakan dalam berbagai cara. E-commerce adalah salah satu contohnya. Sebagai Hasilnya, kinerja UMKM dapat ditingkatkan dengan e-commerce, yang dapat menurunkan biaya transaksi dan memungkinkan mitra bisnis untuk mengkoordinasikan kegiatan ekonomi. Hardilawati (2020) mengklaim bahwa para pelaku UMKM memiliki beberapa opsi untuk menghadapi pandemi Covid-19, antara lain sebagai berikut: 1) Memanfaatkan e-commerce untuk memperluas pangsa pasar agar sistem pemasaran bekerja lebih baik. 2) memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, karena teknologi sangat penting pada saat ini dan mengikuti pangsa pasar saat ini. (3) Meningkatkan kualitas produk dan layanan pelanggan untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan produk yang ditawarkan dan tetap setia kepada mereka. 4) Pemasaran hubungan pelanggan, yang juga dikenal dengan CRM, diperlukan untuk memastikan bahwa pelanggan puas dan akan terus melakukan pembelian, sehingga menumbuhkan loyalitas pelanggan. Usaha kecil bisa mendapatkan keuntungan dari e-commerce, atau penggunaan teknologi informasi untuk menjalankan bisnis, yang sering disebut sebagai e-commerce. E-commerce dapat membantu mereka mengirim dan menerima penawaran dengan cepat dan efisien, memberikan fleksibilitas dalam produksi, dan mendukung transaksi tanpa kertas yang cepat. Karena UMKM dapat melakukan pemasaran dengan tujuan menjangkau pasar global melalui penggunaan internet, ada banyak peluang untuk menembus pasar ekspor.

Kondisi Dan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pasar Tanjung Di Masa Pandemi Covid-19

BI Jember membantu UMKM tumbuh di tengah pandemi dengan mendukung berbagai program pengembangan, seperti pelatihan, pertanian digital, dan perluasan akses pasar. Bisa juga digunakan untuk menyarankan perbaikan pasar. Peluang kerja baru akan terbuka bagi mereka. yang kehilangan pekerjaan akibat perbaikan kualitas pasar. Pemilik toko akan membutuhkan lebih banyak pembantu jika pasar membaik. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah UMKM di Pasar Tanjung adalah dengan melakukan pembinaan. dengan memberikan fasilitas, arahan, dan pendampingan kepada Dinas Koperasi dan UMKM yang ikut dalam proses pembangunan. Peraturan Pemerintah No. dikeluarkan oleh pemerintah. RI .32 Tahun 1998, yang mengarahkan dan mengintegrasikan pembinaan dan pengembangan UMKM dalam rangka mewujudkan UMKM yang mandiri dan memungkinkan usaha tersebut berkembang.

Mengidentifikasi isu-isu yang perlu ditangani, mengembangkan rencana pembinaan dan pengembangan yang menangani masalah-masalah tersebut, melaksanakan rencana pelatihan, dan mengawasi kegiatan program pembinaan dan pengembangan UMKM adalah semua komponen pembinaan. produksi dan manajemen, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi semuanya termasuk dalam lingkup pembinaan yang diberikan kepada UMKM untuk pengembangan dan pembinaannya. Untuk menghidupkan kembali UMKM di pasar Tanjung yang mulai goyah, tindakan berikut dapat dilakukan. diambil:

1. Meningkatkan kualitas produk. Untuk mempertahankan usahanya, pelaku bisnis harus meningkatkan kualitas produk. Produk berkualitas tinggi akan menarik lebih banyak pembeli. Kualitas adalah prioritas utama di dunia teknologi tinggi saat ini. Ketika mereka menemukan barang yang berkualitas tinggi, orang tidak akan segan-segan mengeluarkan uang. Sekalipun pelanggan sangat tertarik dengan produk tersebut, produk tersebut dapat dijadikan sebagai iklan gratis bagi pelaku usaha.
2. Inovasi dan kreasi juga dilakukan untuk menjamin kelangsungan operasional perusahaan dengan memproduksi sebagai respon atas permintaan pelanggan. Misalnya, para penjual saat ini berlomba-lomba menjual barang-barang terkait corona. Pelanggan juga tertarik dengan masker dan makanan unik bernama corona dan lain-lain. yang mereka jual. Daya jual produk baru ini sebanding dengan yang lama, jadi pedagang tidak boleh berharap banyak darinya. Karena daya beli masyarakat menurun selama pandemi.
3. Meningkatkan kualitas layanan. Jika kita hanya mempertimbangkan pelanggan, tim atau mitra harus mempertimbangkan kenyamanan mereka; jika orang-orang di sekitar mereka tidak diperhatikan, aktivitas akan sedikit tidak nyaman saat melayani pelanggan. Menjaga hubungan positif dengan distributor dan pemasok. Selain itu, pelaku UMKM percaya bahwa kerjasama mitra sangat penting untuk pertumbuhan bisnis mereka. Ketika bisnis membutuhkan bantuan atau ide-ide baru, kemitraan juga dapat dimanfaatkan. Dengan bergabung dengan kelompok-kelompok UMKM yang bergerak di bidang yang mirip satu sama lain, jaringan bisnis diperluas.
4. Manfaatkan Teknologi Pemasaran dan penjualan online adalah contoh penggunaan teknologi. Pasar digital baru dapat diciptakan dengan akses sederhana, peningkatan transparansi, dan pasar global dengan perdagangan yang efektif melalui e-commerce. Shopee, tokopedia, open lapak, gojek, dan e-commerce sejenis platform perdagangan dapat digunakan di Indonesia. Dengan mengurangi biaya transaksi dan mengkoordinasikan kegiatan ekonomi antara mitra bisnis, e-commerce mempengaruhi kinerja UMKM.
5. Menggunakan media sosial untuk membuat materi promosi. Produk e-commerce tidak hanya dilihat oleh manusia. Untuk membuat orang mengenal suatu produk, Anda perlu melakukan semacam promosi.
6. Fokus pemerintah kepada pelaku usaha, seperti mereka yang menawarkan bantuan sosial atau dukungan keuangan untuk menjaga kelangsungan usaha. Seperti baru-baru ini, misalnya, bantuan BLT UMKM, Kas Sosial, dana desa BLT, dan sebagainya. Mereka dapat menggunakan sumbangan tersebut untuk menjaga menjalankan bisnis mereka.

Agar berbagai pihak dapat mewujudkan semua itu, UMKM membutuhkan dukungan pemulihannya melalui program-program yang berkelanjutan. Dimulai dengan bantuan warga Jember dan diakhiri dengan bantuan pemerintah daerah dan lembaga keuangan. Jika pemerintah federal telah memberikan pembinaan dan pelatihan terkait pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan menggunakan metode pemasaran online atau lebih mutakhir. Proses pemasaran akan lebih efisien dan efektif ketika teknologi digunakan, dan optimalisasi nasional akan lebih efektif. Selain itu, intervensi pemerintah terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia sebagian akan menyelesaikan perkembangan pasar di masa pandemi ini.

Untuk berbelanja kebutuhan di pasar tradisional kita, masyarakat Jember perlu bekerja sama. Berkontribusi dalam promosi dan pemanfaatan barang-barang pasar. Jangan hanya pergi ke pasar untuk mencari barang yang murah dan mudah dinegosiasikan; alih-alih, ubah pola pikir agar bisa membantu masyarakat Jember sejahtera bersama. Dampaknya akan lebih besar bagi pertumbuhan UMKM di Indonesia, selain memiliki harga yang pas.

Dalam hal mengembangkan bisnis, manfaat menggunakan jaringan internet antara lain:

1. Dapat mempermudah dalam mempromosikan produk dan jasa dengan melakukan kontak langsung, informatif, dan interaktif dengan pelanggan;
2. Dapat membuat saluran distribusi untuk produk yang sudah ada;
3. Dapat mengirimkan informasi kepada pelanggan dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan menggunakan paket atau jasa pos;
4. Dapat mengambil hanya beberapa menit atau bahkan detik untuk menerima atau mengirim informasi.

Oleh karena itu, UMKM di Indonesia membutuhkan pendampingan berupa fasilitas dan pelatihan agar dapat berkembang melalui pemanfaatan teknologi informasi, meskipun limitations.to pihaknya yang memiliki komitmen khususnya perguruan tinggi. Pusat Pengembangan UMKM berbasis IT ini harus dibangun oleh setiap kabupaten atau, jika memungkinkan, setiap kecamatan. Fasilitas berupa ruang terpisah yang dilengkapi dengan komputer yang terhubung ke internet dan website UMKM untuk setiap daerah. Pemerintah daerah bertanggung jawab untuk mengelola dan mendanai fasilitas tersebut.

Mengapa perlu mendirikan Pusat Pengembangan UMKM berbasis TI tingkat kabupaten atau kecamatan? Hal ini disebabkan karena sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berada di kota-kota kecil dan desa dan belum bisa membuat website atau koneksi internet sendiri. Sedangkan media virtual harus dimanfaatkan untuk pengembangan usaha dengan akses ke pasar global. UMKM akan lebih mudah dan lebih murah waktu berekspansi ke pasar domestik dan internasional berkat IT ini berbasis UMKM Development Center. Sehingga tingkat kesejahteraan masyarakat UMKM dan kesejahteraan tenaga kerja secara keseluruhan akan meningkat, memastikan keberhasilan pembangunan nasional.

Pada dasarnya, banyak produk buatan UKM Indonesia yang sama bagusnya atau lebih baik dari produk buatan negara lain. Namun, teknologi produk luar negeri ini seringkali lebih unggul dalam produksi, pengemasan, dan pemasaran. UMKM juga harus beradaptasi dengan perkembangan zaman agar dapat bersaing secara efektif. Pada dasarnya, kinerja dapat dibuat lebih efektif dan efisien dengan bantuan teknologi informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, meskipun ada sedikit perbedaan biaya antara sistem tradisional dan UMKM, TI fitur dapat memberikan return yang sebanding. UMKM akan lebih mampu bersaing dengan barang dalam dan luar negeri dengan bantuan IT. Kita dapat bersaing dalam pemasaran produk UMKM, terutama dari segi kemasan dan kecepatan operasi.

KESIMPULAN

Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwasanya kabupaten jember dalam meningkatkan kualitas UMKM nya perlu lebih memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut: Memperbaiki kualitas produk. Pelaku usaha perlu melakukan hal untuk mempertahankan usahanya yaitu dengan memperbaiki kualitas produk. Inovasi dan kreasi juga dilakukan untuk menjaga kelangsungan usaha dengan memproduksi sesuai dengan permintaan konsumen, dengan begitu mereka dapat mempertahankan usaha. Perbaiki kualitas layanan. Tim atau mitra perlu diperhatikan kenyamanannya, jika kita hanya memikirkan konsumen, tapi orang sekitar tidak diperhatikan itu akan membuat aktivitas sedikit tidak nyaman saat akan melayani konsumen. Memanfaatkan Teknologi. Penjualan secara online dan pemasaran secara online merupakan bentuk dari pemanfaatan teknologi. Melalui ecommerce dapat tercipta pasar digital baru dengan kemudahan akses, lebih transparan dan pasar global dengan perdagangan yang efisien. Membuat media promosi melalui media sosial. Barang yang dijual di ecommerce tidak begitu saja di lirik oleh orang. Perhatian pemerintah untuk para pelaku usaha seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dana agar usaha tetap berjalan

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2011. Five Finger Philosophy:Upaya Memberdayakan UMKM
- Rahmana, Arief. 2008. Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah, (online), (<http://infoukm.wordpress.com>, diakses 1 oktober 2011)
- Sudaryanto, Ragimun dan Rahma Rina Wijayanti.
<https://www.bing.com/search?form=MOZLBR&pc=MOZD&q=Kondisi+Dan+Strategi+Pengembangan+Usaha+Mikro%2C+Kecil+dan+Menengah+%28UMKM%29+Pasar+Tanjung+Di+Masa+Pandemi+Covid-19+%28Studi+Pada+Pemanfaatan+Teknologi+Informasi+Dalam+Konsep+Pemasaran%29> diakses pada 20 September 2021.