PENGARUH TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP PELAKU UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Virus Corona atau Covid-19 telah menjadi momok yang menakutkan beberapa negara bahkan seluruh dunia menjadi hancur akibat dampak pandemi yang dihasilkan oleh virus tersebut. Wabah dari virus covid-19 telah mengakitbkan krisis moneter di berbagai negara yang mengakibatkan terjadinya inflasi dimana-mana. Dampak yang ditimbulkan yang bisa kita rasakan langsung dari pandemic covid-19 adalah sulitnya dalam berinteraksi secara langsung dan mengharuskan untuk tetap melakukan physical distancing supaya meminimalisir terjadinya kontraksi terhadap orang lain yang memungkinkan terjangkit virus covid-19. Pembatasan tersebut berdampak pada semua industri, mulai dari Pendidikan, Kesehatan bahakn perekonomian di Indonesia dan Negara lain. Dampak negatif yang ditimbulkan dari pandemic ini adalah keterbatasan melakukan aktivitas sosial secara bebas yang dapat mempengaruhi terjangkitnya virus covid-19. Pemberlakuan aturan tersebut tiak hanya memiliki nilai negative bagi masyarakat tetapi memiliki nilai postif juga yakni seperti kegiatan transformasi digital (Komalasari, 2020).

Transformasi digital adalah istilah dalam organisasi untuk menyebut suatu perubahan keadaan yang dipengaruhi oleh teknologi. Transformasi digital terjadi karena adanya perubahan keadaan yang harus menanjurkan menggunakan teknologi pada zaman sekarang. Sedangkan pengaruh teknologi sangat dibutuhkan dalam proses transformasi tersebut, terdapat banyak sekali yang dapat dimanfaatkan dari teknologi yang bisa aplikasikan saat pandemi covid-19. Teknologi digital sendiri merupakan alat atau sistem komputerisasi serta pengoperasiannya yang otomatis atau bisa dikatakan tanpa bantuan manusia. Pada dasarnya, teknologi digital adalah perhitungan suatu data atau informasi dengan pengoprasian yang akurat. Contoh yang sangat sederhana adalah penggunaan aplikasi di smartphone. Ditengah masa pandemi covid-19 ini muncul sebuah aturan terbaru di Indonesia yang dimana masyarakat Indonesia di anjurkan untuk menjaga jarak antara satu dengan yang lain dan dipaksa untuk tetap berada dirumah saja dan melakukan seluruh

aktivitas dari rumah. Diterapkannya aturan untuk beraktivitas dari rumah tersebut menyebabkan para pelaku UMKM menajdi kesulitan dalam beraktivitas, dalam hal ini peran teknologi sangat dibutuhkan untuk memenugu kegiatan-kegiatan tersebut. Dan aturan ini sangat dirasakan oleh masyarakat terlebih dampak ini sangat dirasakan oleh pelaku UMKM (Widnyani, Astitiani and Putri, 2021).

UMKM merupakan kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Pemerintah telah menagtur kegiatan atau pelaksanaan UMKM ini dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Tetapi sangat disayangkan dimana disaat pandemi seperti ini para pelaku UMKM dipaksa untuk tidak melakukan interaksi secara langsung sama sekali sehingga menyebabkan mereka kehilangan lapangan pekerjaan secara tidak langsung. Salah satu cara agar kegiatan UMKM tetap berjalan adalah dengan memanfaat teknologi digital karena manfaat dari teknologi digital bisa dilakukan tanpa keluar atau tetap stay home (Sudrartono *et al.*, 2022).

Tinjauan Pustaka

Teori Kualitatif

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menunjukkan bahwa pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia atau sekitar 99 persen dari total unit usaha (Pakpahan, 2020). Tentu data tersebut menunjukkan bahwa UMKM yang di Indonesia bisa dikatakan menajdi tulang punggung bagi negara. Tetapi dampak yang dihasilkan dari pandemi ini sangat membuat para pelaku UMKM terkena imbas yang sanagt signifikan diamana usaha kegiatan menjadi stagnan.

Penelitian Terdahulu

Konsep kajian sebelumnya mengenai UMKM di masa pandemi oleh Bambang Arianto (2020). Pandemi Covid-19 telah membuat beberapa sektor ekonomi terutama UMKM menjadi kesulitan atau terhenti. Dampak inilah yang menjadikan, pelaku UMKM mengubah strategi penjualan dengan memanfaatkan teknologi atau dikenal skema digitalisasi. Skema digitalisasi merupakan kegiatan yang memanfaatkan teknologi dan menggunakan media sosial sebagai alat bantu penjualan. Hal lain yang didapatkan oleh pelaku UMKM harus dapat berinterkasi

dengan warganet dalam pemasaran produk dan jasa. Oleh karena itu diharpkan pemanfaatn teknologi ini mampu menjadi penunjang bagi pelaku UMKM (Liu and Sukmariningsih, 2021)

Konsep Pemikiran

Aknolt Kristian Pakpahan mengatakan terdapat tiga dampak yang dihasilkan bagi Indonesia terkait pandemi covid-19 ini yakni sektor pariwisata, perdagangan, dan investasi. Indonesia yang seluru bagian sector dukuasai oleh keberadaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga terkena imbasnya tidak hanya pada aspek penjualan dan nilai produksi akan tetapi juga kehilangan omset yang begitu drastis yang disebabkan pandemi covid-19 (Pakpahan, 2020).

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dampak yang dihasilkan oleh pandemi covid-19 bagi pelaku UMKM.
2. Mengetahui strategi yang harus dilakukan para pelaku UMKM di masa pandemi agar tidak mengalami kerugian atau stagnan.
3. Mengetahui peran teknologi dalam menunjang pelaku UMKM dimasa pandemi covid-19.

Pendekatan

Dalam esai penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana penambahan data-data yang saya masukkan berasal dari sumber data sekunder, penelitian penelitian terdahulu maupun data yang ada dalam organisasi dan instansi. Pengumpulan data di esai ini menggunakan metode library research. Metode library research adalah metode yang menggunakan data yang bersumber dari jurnal, buku maupun publikasi laporan yang ada. Dengan demikian saya sebagai penulis esai ini tidak perlu melakukan observasi secara langsung demi memenuhi kebutuhan data atau refrensi penulis.

Pembahasan

1. Pandemi covid-19

Pandemi merupakan suatu wabah yang telah menginflasi negara bahkan di seluruh dunia. Pandemi Covid-19 merupakan peristiwa wabah corona atau lebih dikenal covid-19. Pandemi ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Virud Covid-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember yang kemudian menyebar ke seluruh Negara di dunia. (Ayu and Lahmi, 2020)

Dikutip dari wikipedia.org Virus covid-19 merupakan wabah menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (Sars-CoV-2). Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan peristiwa ini berlangsung 2019-2020 sebagai Kesehatan Masyarakat Darurat Internasional (PHEIC) pada 30 Januari 2020, dan pandemi pada 11 Maret 2020. Virus ini sangat menimbulkan kegaduhan di selurug dunia lebih dari 200 negara telah terjangkit oleh virus ini yang menyebabkan ketidak seimbangan dunia. Di Indonesia sendiri wabah virus covid-19 telah menyebar ke selurug daerah sehingga pemerintah mengeluarkan aturan untuk tidak melakukan aktivitas sosial dan menerapkan system kerja dari rumah atau work from home (Supriatna, 2020)

2. Dampak dari pandemi covid-19 bagi UMKM

Negara Indonesia telah dikonfirmasi bahwa tejangkit virus covid-19 dan penyebarannya sudah mulai luas di beberapa daerah di Indonesia. Penyebaran dari covid-19 di Indonesia bisa dikatakan sangat cepat dikarenkan jumlah penduduk Indonesia merupakan salah satu Negara dengan jumlah penduduk terbanyak didunia. Beberapa faktor lain yang menyebabkan penyebaran tersebut sangat ceat adalah karena kurangnya himbauan dari pemerintah sebelumnnya. Karena hal tersebut penyebaran virus ini bisa dengan cepat menyebar lalu kemudian pemerintah Indonesia mengeluarkan himbaun untuk masyarakat agar tidak melakukan kegiatan sosial secara bebas. Himbauan dari pemerintah mengharuskan masyarakat untuk melakukan semua aktivitas dari rumah.(Susi and Yasir, 2021)

Dampak dari pandemic covid-19 ini sangat berpengaruh terhadap perekonomian terlebih bagi pelaku UMKM. Pengaruh ini sangat merugikan terhadap perekonomian di Indonesia karena kita tahu sendiri bahwa kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar pada beberapa bidang atau sektor. (Thaha, 2020)

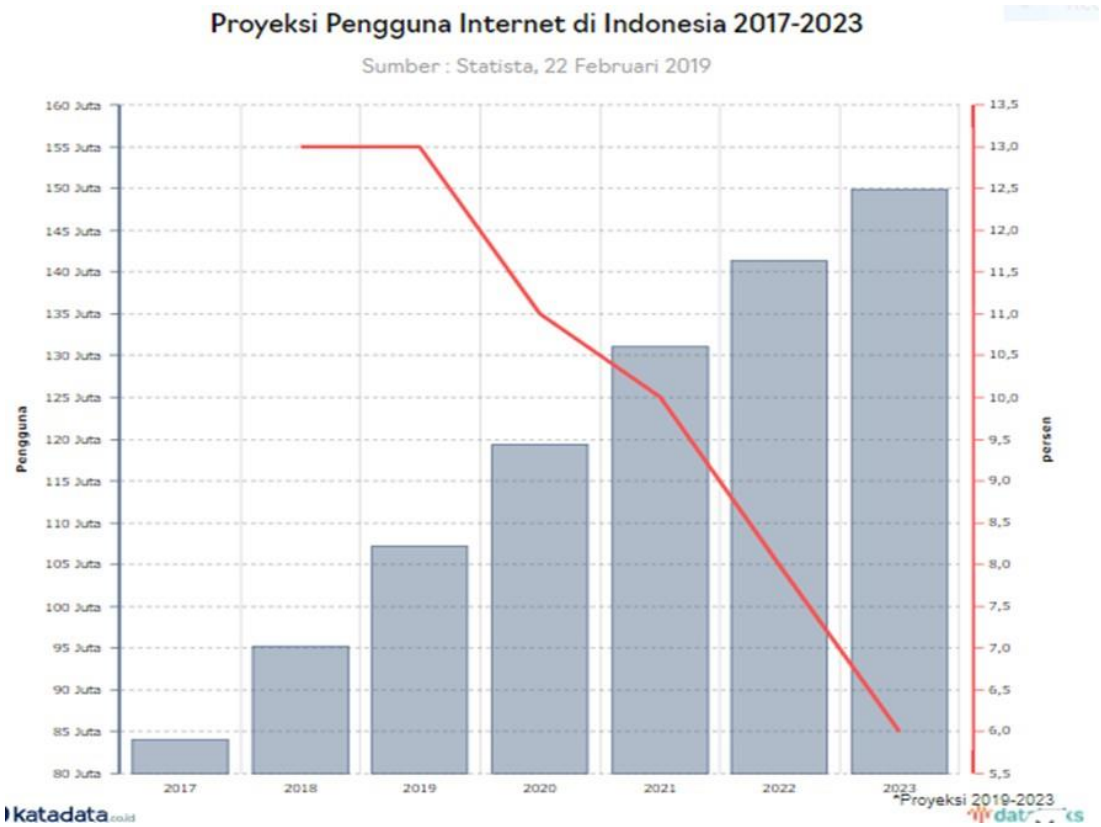
Dampak dari virus covid-19 sangat bisa dirasakan mulai dari pendidkan, perekonomian tetapi dampak yang paling dirasakan dari pandemic ini adalah bagi pelaku UMKM. Dampak yang ditimbulkan dari Covid-19 terhadap UMKM antara lain yakni penurunan omset penjualan yang mengakibatkan penurunan pendapatan oleh pelaku UMKM. Hal ini disebabkan karena biasanya para pelaku UMKM di Indnesia melakukan kegiatan atau bisnis mereka secara langsung atau secara tradisional dimana interaksi dilakukan secara langsung (Nabilah, Nursan and Suparyana, 2021).

2. Strategi pelaku UMKM pada masa pandemi

Berdasarkan hasil observasi, pengaruh teknologi sangat dibutuhkan bagi pelaku UMKM pada saat pandemi seperti ini. Teknologi secara umum dapat diartikan sebagai alat atau program yang dapat menunjang atau mempermudah kegiatan manusia sehari-hari. Teknologi ini dapat diaplikasikan dengan transformasi digital. Transformasi digital merupakan proses diamana suatu golongan atau organisasi mengintegrasikan teknologi digital di dalam sebuah bisnis. Adapun strategi yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM pada masa pandemic ini sehingga usaha atau bisnis mereka tidak mengalami kerugian. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran terbukti dapat membantu para UMKM yang sedang megalami kesuliatan dalam menjalankan kegiatan atau bisnis mereka pada saat pandemic seperti saat ini (Aisyah, 2020)

a. E-commerce

E-commerce merupakan alternatif bagi konsumen yang ingin membeli suatu barang melalui perantara teknologi saat ini. Pemanfaatan teknologi e-commerce sendiri bisa dirasakan oleh konsumen maupun bagi pelaku bisnis (Marwan, 2021). Pemanfaatan teknologi e-commerce ini diharapkan agar dapat membantu pelaku UMKM yang sedang kesulitan dalam memasarkan produk mereka. Karena bisanya pelaku UMKM melakukan bisnis mereka secara langsung atau melakukan interaksi sosial secara langsung. Upaya ini diharapakan dapat menunjang keberlangsungan para pelaku UMKM di masa pandemic saat ini.



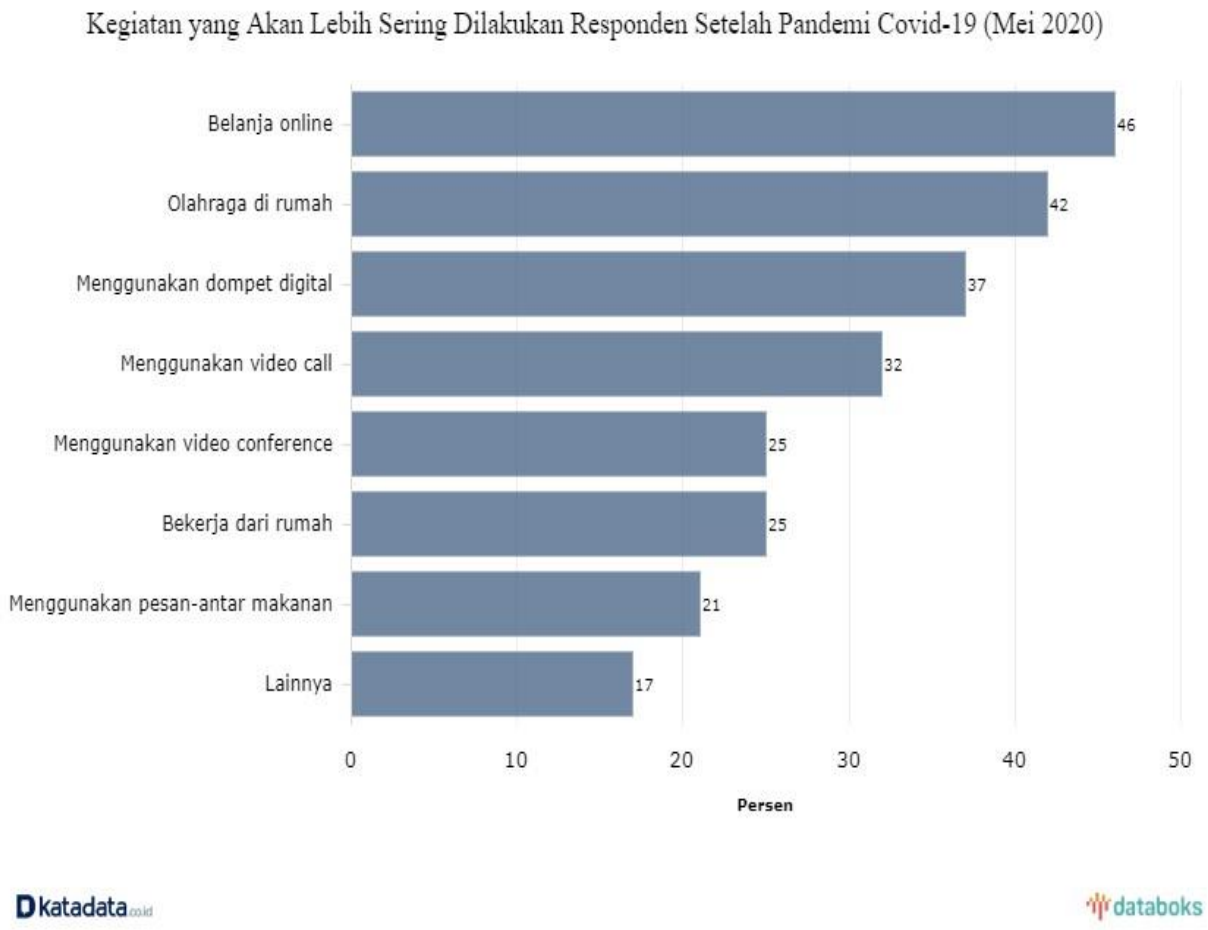
Gambar 1. Data Proyeksi Pengguna Internet Di Indonesia

b. Digital Marketing

Digital marketing secara gampang dapat diartikan sebagai bentuk promosi kegiatan barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, digital marketing dapat di aplikasikan melalui teknologi contohnya seperti media sosial. Media sosial pada saat ini dapat memudahkan kegiatan sehari-hari keuntungan lainnya dari sosisal media ini kita dapat berhubungan dengan orang lain diseluruh dunia dan berinteraksi dengan mereka. Digital marketing yang pada dasarnya adalah proses pemasaran dari pelaku usaha terhadao konsumen yang bisa diakses melalui sosial media (Marpaung *et al.*, 2021)

Selain memanfaatkan digital marketing para pelaku usaha UMKM dapat menambahkan inovasi produk pada UMKM mereka. Hal ini juga sangat penting dilakukan sehingga dapat

memberikan nilai lebih terhadap produk UMKM tersebut dan dapat menambah pendapatan. (Guna *et al.*, 2020)



Gambar 2. Contoh data digital marketing

KESIMPULAN

Dampak yang dihasilkan oleh pandemi corona atau dikenal dengan covid-19 sangat menimbulkan efek negative baik dari segi kesehatan, perekonomian inflasi, bahkan damapak yang dirasakan secara langsung dari pandemic ini adalah bagi pelaku UMKM. Dampak tersebut antara lain seperti menurunnya omset, kesulitan dalam memasarkan produk karena keterbatasan interaksi sosial sedangkan biasanya para pelaku UMKM melakukan bisnis atau usaha mereka dengan berinteraksi secara langsung. Strategi atau cara agar para pelaku UMKM tetap bisa memutar usaha mereka dalam situasi seperti ini adalah dengan cara memanfaatkan teknologi. Salah satu cara memanfaatkan teknologi yakni mempromosikan maupun menjual produk mereka di sosial media. E-commerce dan digital marketing adalah cara yang tepat dalam memanfaatkan teknologi sekarang agar para pelaku UMKM bisa tetap melakukan kegiatan mereka walaupun dalam kondisi pandemic yang memaksa meraka untuk melakukan kegiatan dari rumah.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S. (2020) ‘Pengaruh Internet Bagi Penduduk di Indonesia’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(2), pp. 1–69. Available at: http://repository.uinsu.ac.id/10168/1/LAPORAN PENELITIAN - SITI AISYAH, M.M.pdf.

Ayu, S. and Lahmi, A. (2020) ‘Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19’, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), p. 114. Available at: https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100.

Guna, M. *et al.* (2020) ‘8691-26186-1-Pb’, 1(4), pp. 311–317.

Komalasari, R. (2020) ‘Manfaat Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Masa Pandemi Covid 19’, *Tematik*, 7(1), pp. 38–50. Available at: https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369.

Liu, E. and Sukmariningsih, R.M. (2021) ‘Membangun Model Basis Penggunaan Teknologi Digital Bagi Umkm Dalam Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), p. 213. Available at: https://doi.org/10.26623/jic.v6i1.3191.

Marpaung, A.P. *et al.* (2021) ‘Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing’, *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), pp. 294–300.

Marwan, S.H. (2021) *Tantangan dan Peluang Generasi Milenial Era Pandemi*.

Nabilah, S., Nursan, M. and Suparyana, P.K. (2021) ‘Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm (Studi Kasus Umkm Zea Food Di Kota Mataram)’, *Inovasi Penelitian*, 1(12), pp. 2655–2660.

Sudrartono, T. *et al.* (2022) *Kewirausahaan Umkm Di Era Digital, Cv Widina Media Utama*.

Supriatna, E. (2020) ‘Wabah Corona Virus Disease (Covid 19) Dalam Pandangan Islam’, *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(6). Available at: https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15247.

Susi, S. and Yasir, M. (2021) ‘Transformasi Media Pembelajaran Di Masa Pandemi Covid-19’,

Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi, 1(2), pp. 263–272. Available at: https://doi.org/10.58466/literasi.v1i2.91.

Thaha, A.F. (2020) 'Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia [The Impact of Covid-19 on MSMEs in Indonesia]', *Jurnal Brand*, 2(1), pp. 148–153.

Widnyani, N.M., Astitiani, N.L.P.S. and Putri, B.C.L. (2021) 'Penerapan Transformasi Digital Pada Ukm Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Denpasar', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(1), pp. 79–87. Available at: https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093.