Strategi Peningkatan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Pelaku Usaha Kelas Rumah Tangga Melalui Diverensiasi Produk pada Masa Covid-29

Oleh Ulul Lailul Maghfiroh

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Tahun 2020 merupakan tahun awal terjadi wabah virus covid-19, pada masa itu dunia gempar akan datangnya virus berukuran mikroskopis yang dapat menimbulkan masalah kesehatan khusus pada penderitanya, tidak hanya itu pandemi covid-19 menghadirkan sejuta masalah pada dunia, dampak yang ditimbulkan akibat penyebaran virus covid-19 ini sangat terasa didunia, apalagi pada sektor ekonomi, khususnya di indonesia, terlihat dengan jelas sektor ekonomi masyarakat mengalami penurunan yang cukup signifikan, beberapa sektor yang terdampak akibat wabah ini adalah sektor pengolahan, perdagangan, distribusi hingga sektor-sektor lain. Seperti yang kita ketahui perekonomian merupakan tiang penggerak pertumbuhan ekonomi masyarakat.

UMKM merupakan usaha yang bergerak dibidang industri pengolahan berskala rumah tangga, dimana bisnis ini mendapat perhatian khusus dari pemerintanh karena kemampuannya yang sangat besar dalam menggerakkan perekonomian masyarakat, artinya usaha ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakatnya Umkm sangat banyak macamnya tapi pada kali ini akan membahas mengenai umkm yang bergerak dibidang olahan makanan, akan tetapi pada kala itu peraturan pemerintah terkait dengan pembatasan kegiatan masyarakat mengakibatkan perubahan pada aktivitas sehari-hari, sehingga mereka harus bisa bertahan dengan ekonominya selama wabah ini berlangsung, tidak hanya itu permintaan akan produksi olahan juga mengalami penurunana yang sangat signifikan. Seperti yang kita ketahui adanya kebijakan pemerintas membuat pembatasan kegiatan masyarakat seperti bepergian dan berbelanja, dalam hal ini pelaku Umkm mendapat persediaan bahan baku dari negeri luar negeri, tentunya dalam hal ini ada ketimpangan kebutuhan akibat kejadian ini, sehingga mengakibatkan peningkatan harga bahan baku pada usaha mereka, dan semakin minimnya permintaan konsumsi komsumen.

Korelasi antar keduanya sangat berpengaruh satu sama lain, perkembangan usaha skala rumah tangga dengan memanfaat tenaga kerja rumah tangga dalam rangka mengurangi pengagguran memberikan kemampuan pada masyarakat kecil dalam mempertahankan hidupnya melalui usaha yang mereka jalani, kemunculan wabah ini memberikan penurunan dan perlambatan ekonomi bagi para pejuang rupiah sana, padahal bila ditinjau dari segi kontribusi, UMKM memiliki peran penting dalam menyumbang PDB negara, maka dari itu perlu diperhatikan betul bagaimana nantinya mengembalikan usaha mikro ini sehingga ketahanan ekonomi dan krisis ekonomi tidak terjadi lagi seperti tahun 1998.

Diverensiasi produk merupakan upaya pengkreasian terhadap produk olahan yang dibuat oleh pelaku usaha, diverensiasi juga dapat di artikan sebagai keberagaman hasil kreasi pelaku usaha terhadap produk olahan, yang mana nantinya akan memberikan variasi pada produk sehingga produk ini memiliki nilai yang menarik dan identik pada sasaran pemasaran, usaha memberikan keberagaman atau perbedaan pada produk olahan sebagai bentuk pengembangan atas minat konsumen, pada diverensiasi produk konsumen lebih leluasa dan bebas memilih selera yang lebih sukai.

1.2 Rumusan Masalah

Pada fenomena wabah covid-19 tiga tahun silam, seluruh lapisan masyarakat dapat merasakan hal yang berbeda, tentunya dalam hal ini terdapat beberapa masalah yang ditimbulkan akibat dari wabah tersebut, diantaranya adalah bagaimana pengaruh wabah covid-19 terhadap perekonomian masyarakat, adakah hal yang membuat kerisauan pada ekonomi masyarakat kala itu, dan bagaimana masyarakat khususnya para pelaku UMKM dapat bertahan pada keadaan ekonomi yang sangat terpuruk akibat dari kebijakan-kebijakan pemerintah demi memutuskan rantai wabah yang mengalir. Selain masalah yang tersebut terdapat pula argumentasi penulis mengenai diverensiasi produk olahan pada pelaku usaha pengolahan makanan, dalam hal ini adakah hubungan antara diverensiasi produk terhadap peningkatan pendapatan masyarakat kala itu.

1.3 Tujuan

Tujuan essai ini dibuat adalah untuk memberikan argumentasi mengenai cara yang dapat dilakukan demi untuk mempertahankan ekonomi pada masa krisis ekonomi akibat wabah covid-19, selain itu essai ini dibuat adalah untuk mengetahui dampak pandemi terhadap pelaku usaha mikro, strategi mempertahankan usaha dan bagaimana cara dalam menghaapi krisis ekonomi masa pandemi, salah satu strategi diharapakan mampu mengatasi dan menghadapi krisis ekonomi masa mendatang, serta pada diverensiasi produk ini nantinya mampu menciptakan keunggulan terhadap produk olahan yang di produksi.

2. Tinjauan Pustaka

Sangat banyak tokoh yang menjelaskan mengenai fenomena ini, temuan yang berhubungan antara ekonomi dan covid-19 menjadi isu utama pada masa penyebaran covid-19. Temuan beberapa peneliti terdahulu menyatakan bahwa pandemi covid ini memberikan dampak yang besar baik dari segi kerugian nasional, perusahaan, beberapa sektor dan yang terakhir adalah inividu (Hardiwardoyo, 2020). Tidak hanya ini wabah virus covid-19 ini juga memberikan dampak yang cukup tinggi terhadap perekonomian daerah negasa-bangka dan pada keberadaan UMKM (Nalin, 2021). Salah satu cara atau strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan digitalisasi UMKM terhadap pemulihan ekonomi masyarakat, selain itu pandemi ini juga menyebabkan indonesia berada pada fase krisis kepercayaan pada pemerintah (Asmini et al., 2020).

Usaha kelas menengah merupakan aktivitas bisnis yang dijalankan oleh masyarakat sekaligus menjadi tumpuan pendapatan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, Peran pelaku usaha ekonomi mikro berpengaruh secara langsung terhadap peningkatan pendapatan dalam menghadapi tantangan ekonomi (Syahdan,2019). Seperti yang kita ketahui pada masa covid-19 pertumbuhan ekonomi masyarakat mengalami guncangan akibat kebijakan pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah, sehingga stabilitas perekonomian masyarakat terganggu, hal tersebut megakibatkan perubahan terhadap operasi sehari-hari pelaku usaha sedangkan UMKM merupakan penggerak perekonomian yang ikut terdampak akibat covid-19 (Pakpahan,2020).

Terhambatnya aktifitas manusia akibat wabah ini membuat fenomena inflasi semakin meningkat (silalahi & Ginting, 2020). pengaruhnya adalah penurunan daya beli masyarakat terhadap produk olahan akan tetapi tidak sampai mematikan daya beli masyaraakat konsumen.

3. Pendekatan

Essai ini merupakan essai hasil dari pengalaman yang dirasakan oleh saya sendiri, sehingga essai ini merupakan essai dengan jenis deskriptif hasil dari subjektifitas penulis, dan beberapa tokoh yang sependapat dengan isu yang ada pada masa covid-19, essai ini dibuat untuk memberikan gambaran dan ekplorasi masa pandemi terhadap usaha mikro dalam tahap operasi usahanya, adapun kumpulan data yang diperoleh dari hasil analisis adalah berupa data kualitatif yang saya peroleh dari salah satu pelaku usaha pengolahan makanan yang juga turut merasakan dampak dari krisis ekoniomi masa pandemi tiga tahun silam, sumber data tentunya didapatkan dari hasil tanya jawab terhadap salah satu pelaku usaha olahan makanan yang juga ikut terdampak pada masa covid-19.

4. Pembahasan

Ketahan ekonomi merupakan kondisi kehidupan masyarakat yang didalamnya terdapat keuletan, kegigihan dan kerja keras dalam mengembangkan kekuatan perekonomian. Dalam hal ini ada kaitannya dengan kekuatan masyarakat dalam menghadapi segala permasalahan baik ancaman, gangguan dan hambatan yang berasal dari negara kita sendiri ataupun dari luar negara, sehingga perekonomian bangsa bisa berlangsung dengan baik tanpa ada krisis ekonomi yang memberikan keresahan pada masyarakatnya. Ketahanan ekonomi nasional dapat diartikan sebagai bagian yang tercermin pada kondisi kehidupan ekonomi bangsa dan negara, pada ketahanan ekonomi ini pula mengandung kemampuan dalam memelihara keseimbangan ekonomi yang baik dan dinami, kemampuan dalam mempertahankan perekonomian mampu menciptakan ekonomi yang madiri sehingga nantinya bisa menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan pada masyarakat di dalamnya, peranan inilah yang memberikan kekuatan pada masyarakat ekonomi, sedangkan seperti yang kita ketahui ketahanan ekonomi pada massa covid-19 sangat rentan dan berada pada keterpurukan.

Pengaruh yang dirasakan para masayrakat pelaku ekonomi adalah menurunnya permintaan dan produktivitas. Berbagai macam masalah terkait dengan kebijakan-kebijakan mengenai pembatasan kegiatan, naiknya harga bahan baku produk olahan, minimnya pelaku usaha yang mengolah produk dan masih banyak lagi masalah yang di timbulkan. Sebagian besar para pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan penjualan atau penurunan omset penjulan, semua ini dirasakan oleh lapsan kalangan masyarakat, bila ditinjau dari segi dampak yang di timbulkan, dapat kita lihat bahwa memang pengaruhnya sangat besar, sehingga pada masa itu perlu dilakukan pengembangan khusus terkait dengan peningkatan produksi perusahaan yang dapat memberikan ketahan ekonomi masyarakata kala wabah itu.

Pemberlakuan sistem diverensiasi menurut saya mampu memberikan keanekaragaman pada produk olahan masyarakat pelaku usaha, dimana nantinya diverensiasi ini mampu memberikan kebebasan pada konsumen dalam memilih produk yang disukai, jika para pelaku usaha mampu mengetahui kebutuhan, tingkat permintaan, dan tingkat selera masyarakat, maka nantinya usaha yang mereka jalani bisa terus berjalan, meskipun ada beberapa hambatan dalam pemasarannya. Usaha mengembangkan produk olahan harus sejalan dengan pemikiran yang terbuka akan stategi penjualan yang memungkinkan. Pemanfaatan pengetahuan terkait dengan pemasaran yang berbasis pada tekhnologi informasi dan komunikasi juga harus dikuaai oleh pelaku usaha.

Berdasarkan hasil tanya jawab, kegiatan pemasaran berbasis online adalah strategi yang paling tepat pada masa covid-19 , hal ini karena adanya kendala pada pemasaran secara offline, dan ada beberapa kebijakan yang wajib dilakukan demi memutus rantai penyebaran vidus berbahaya ini. Beberapa kendala yang dialami oleh konsumen adalah tingginya tingkat harga, menurunnya kualitas bahan baku, langkanya bahan baku dan masih banyak lagi, kendala-kendala inilah yang mengantarkan indonesia kedalam krisis ekonomi. Dalam diverensiasi produk perusahaan mampu menciptakan hal baru yang berbeda dan unik, sebab inilah diverensiasi mampu mendukung posisi produk usaha di pasaran, mutu disini merupakan perbandingan kualitas produk satu dengan yang lainnya, suatu penentu produk itu dapat diterima atau tidak oleh konsumen adalah ada tidaknya keunikan dan keunggulan dalam produk tersebut.

Dalam masa yang terpuruk ini, peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk mengambalikan kestabilan ekonomi, sehingga ada beberapa peran pemerintah terhadap krisis ekonomi pada masa covid-19, mulai dari kebijakan fiskal hingga pada kebijakan moneter, kebijakan yang dilakukan pemerintah ini demi untuk kelangsungan kehidupan masyarakat untuk bisa bertahan pada masa pandemi covid-19, oleh karena itu seiring berjalannya waktu diharapkan indonesia bisa kembali pada kestabilan ekonomi dan pendapan masyarakatnya.

Kesimpulan

Kedatangan wabah virus covid-19 memberikan kelemahan pada berbagai sektor, mulai dari ekonomi, kesehatan, pariwisata dan berbagai lintas lainnya, dimana pada lemahnya sektor perekonomian ini turut berdampak pada kelangsungan pembangunan ekonomi berkelanjutan dimasa yang akan datang, penurunan kualitas ekonomi ini akibat dari beberapa faktor dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah demi memutus rantai penyebaran virus, sehingga perekonomian indonesia mengalami gangguan dan para pelaku usaha ekonomi mikro harus mempunyai ide-ide dan strategi terkait dengan produksi usaha yang dilakukan, diverensiasi produk merupakan salah satu strategi yang bisa dilakukan oleh para pelaku usaha agar usahanya bisa terus berjalan, dan mereka bisa mendapat pendapatan penjualan dari usaha yang mereka jalani, selain diverensiasi produk, para pelaku usaha harus mengetahui cara-cara pemasaran yang paling isa diandalkan pada kondisi seperti itu, dan strategi yang paling tepat adalah dengan melakukan pemasaran secara online.

DAFTAR PUSTAKA

Abubakar, R.W.A. (2021) ‘Analisis Kebijakan Pemerintah Jawa Barat Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi’, *Aksyana : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(1), p. 96. Available at: https://doi.org/10.35194/ajaki.v1i1.1692.

Afandrianti Maulida, Y. and Habiburahman, H. (2022) ‘Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Umkm Keripik Sumber Rezeki)’, *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4), pp. 303–314. Available at: https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.34.

Albar Tanjung, A. *et al.* (2022) ‘Pemulihan Ekonomi melalui Pengembangan UMKM di Masa New Normal Covid-19: Pendekatan ANP-BCOR’, *Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), pp. 724–728. Available at: https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1533.

Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, N.M.A. (2021) ‘Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi’, *Journal of Government and Politics*, 3(1), pp. 47–65.

Baoqin, C. (2022) ‘陈宝钦 1， 2* 1 2’, 4(1), pp. 34–38.

Burhanuddin, C.I. and Abdi, M.N. (2020) ‘AkMen Jurnal Ilmiah’, *Krisis, Ancaman Global, Ekonomi Dampak, Dari*, 17, pp. 710–718.

Dirkareshza, R., Azura, D.M. and Pradana, R. (2021) ‘Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi Covid-19: Antara Negara Sejahtera dan Negara Sehat’, *Jurnal Mercatoria*, 14(1), pp. 46–55. Available at: https://doi.org/10.31289/mercatoria.v14i1.5020.

Dwina, I. (2020) ‘Melemahnya Ekonomi Indonesia Akibat Covid-19’, *Program Studi Pendidikan IPS, FKIP Universitas Lambung Mangkurat*, pp. 1–5. Available at: https://www.kompasiana.com/dewilst08/5ebcb675097f3659853413b3/ekonomi-indonesia-menanggung-beban-covid-19.

eri Kurniawansyah HS*, Amrullah, M. Salahuddin, Muslim, S.N. (2020) ‘Konsep Kebijakan Strategis Dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi Dari Covid - 19 Pada Masyarakat Rentan Di Indonesia’, *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities,* Vol. 1 No.(2), pp. 130–139. Available at: file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf.

HAMTA, F. (2016) ‘Perilaku Ekonomi Rumah Tangga Nelayan Skala Kecil Di Pesisir Batam’, *Jurnal Equilibria*, 3(2), pp. 1–9.

Handayani, S., Feranita, N.V. and Dwimahendrawan, A. (2023) ‘Pengaruh Diferensiasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aroma Lumajang’, *Journal Penelitian Ipteks*, 8(1), pp. 19–28.

Hanifa, N., Wajuba, L. and Fisabilillah, P. (2021) ‘P Eran Dan K Ebijakan P Emerintah I Ndonesia Di M Asa P Andemi C Ovid -19’, 1(July), pp. 9–19.

Hanyani, T. and Fadillah, A. (2013) ‘Pengaruh Kualitas dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(3), pp. 237–246. Available at: https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i3.272.

Her Wahyutomo, M. us D. (2021) ‘Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)’, *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(11), pp. 1558–1572. Available at: http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69.

Humaniora, L.M. (2017) ‘Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif’, *Jurnal Cakrawala: ejournal.bsi.ac.id*, 17(2), pp. 258–265. Available at: https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2488.

Imron, A. and Syafa’at, M. (2020) ‘Revitalisasi Home Industry Berbasis Modal Sosial Sebagai Strategi Ketahanan Ekonomi Menghadapi Pandemi Covid-19’, *Prosiding Nasional Covid-19*, pp. 97–101. Available at: https://ojs.literacyinstitute.org/index.php/prosiding-covid19/article/view/45.

Mathematics, A. (2016) ‘済無No Title No Title No Title’, 17(3), pp. 1–23.

Mirani, K.P. *et al.* (2021) ‘Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi’, *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(2), pp. 193–204. Available at: http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index.

Nindyawati, V. and iriani, S.S. (2014) ‘Vony Nindyawati dan Sri Setyo Iriani; Pengaruh Gaya Hidup’, *Jurnal Ilmu Manajemen I*, 2, pp. 1593–1605. Available at: www.lensaindonesia.com,.

Olahan, P. *et al.* (2021) ‘PENGEMBANGAN EKONOMI KELOMPOK MASYARAKAT DI MASA PANDEMI COVID 19 MELALUI DIVERSIFIKASI’, 4, pp. 741–745.

Rohman, L.L. and Andadari, R.K. (2021) ‘Dampak Pandemi COVID-19 pada Usaha Rumah Tangga dan Strategi Bertahan’, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(April), pp. 82–90. Available at: https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPPSH/article/view/34631.

Rohman, T. (2019) *Malay Local Wisdom in the Period and After the Plague*, *Psikologi Perkembangan*.

Rosmadi, M.L.N. (2021) ‘Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021’, *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), pp. 122–127.

Ruhyana, N.F. and Ferdiansyah, H. (2020) ‘Sumedang Dalam Penyaluran Bantuan Sosial Di Masa Pandemi Covid-19’, 4, pp. 789–804.

Safitri, I. (2020) ‘Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19’, *Univesitas Negeri Yogyakarta*, (19804244029), pp. 1–20. Available at: https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/jm6u2.html.

Sahetapy, J.P. (2013) ‘Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado’, *Emba*, 1(3), pp. 411–420.

Student, M.T. *et al.* (2021) ‘No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title’, *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), pp. 1–13.

Tehuayo, E. (2021) ‘Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon’, *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*,

2(2), pp. 69–88. Available at: https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.277.

Wahyuningtyas, I.K.U.N. (2020) ‘Strategi bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19’, *Jurnal Daya Saing*, 6(3), pp. 293–298.

Wattimena, J.A.Y. and Hattu, V.V. (2021) ‘Ketahanan Pangan Masyarakat Adat Sebagai Wujud Pemenuhan Ham Dalam Masa Pandemi Covid-19’, *Sasi*, 27(2), p. 247. Available at: https://doi.org/10.47268/sasi.v27i2.448.