

## Strategi Peningkatan Bisnis, Kinerja Dan Kesejahteraan UMKM Saat Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Jember

Ahmad Afif\*, Nailil Hufron\*\*

\*UIN KHAS Jember

\*\* Pascasarjana UIN KHAS Jember

**Abstract:** Pandemi Covid-19 menjadi satu tantangan bagi pelaku UMKM untuk tetap mempertahankan usahan yang dijalani dan mendapatka keuntungan. Dengan demikian perlu adanya strategi bisnis yang harus dijalani untuk tetap bertahan pada kondisi New Normal. Penelitian ini memiliki tujuan beberapa tujuan: 1) Untuk menganalisis strategi pengembangan dalam meningkatkan kinerja UMKM berdasarkan prespektif etika bisnis islam. 2) Untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan strategi pengembangan untuk meningkatkan kinerja UMKM dalam prespektif etika bisnis islam. 3) Untuk menganalisis pengukuran tingkat efisiensi dan efektivitas kebijakan UMKM untuk pencapaian kinerja dalam prespektif etika bisnis islam. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Dalam pelaksanaan pengumpulan data dengan beberapa tahapan seperti wawancara, dokumentasi dan observasi. Analisis data penelitian yang digunakan yakni Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif berangkat dari penelitian lapang dan dikaji oleh teori dan daftar pustaka. Pelaksanaan analisis yang digunakan melalui kondensasi, penyajian data, verifikasi data, kemudian menggunakan keabsahan data dengan melakukan kredibilitas dan membercheck. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi pengembangan peningkatan kinerja dari UMKM menggunakan konsep etika bisnis islam. Dengan mematuhi SOP yang berlaku, memperhatikan setiap kebutuhan karyawan sehingga setiap karyawan merasa nyaman bekerja, tidak menggunakan sistem berbisnis yang mengandung unsur riba, setiap kelebihan dan kekurangan dihadapi sebagai bentuk evaluasi dari UMKM, dan kebijakan yang diterapkan di UMKM dengan berfokus tentang menghasilkan performa terlebih saat masa pandemi Covid-19.

**Keywords:** Strategi Bisnis, Pandemi Covid-19, ner normal, UMKM.

Korespondensi: **Nailil Hufron**

Alamat: Pascasarjana UIN KHAS Jember, Jl. Mataram No. 1 Karang Mluwo, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68136

Email: [nailil\\_hufron@yahoo.com](mailto:nailil_hufron@yahoo.com)

## **PENDAHULUAN/INTRODUCTION**

Virus Corona atau biasa disebut dengan Covid 19 adalah virus yang menyerang sistem pernapasan manusia. Virus ini masih berhubungan dengan penyebab SARS dan MERS yang sempat merebak beberapa tahun lalu. Sampai saat ini belum diketahui penyebab dari virus corona, tetapi diketahui virus ini disebarkan oleh hewan dan mampu menjangkit dari satu spesies ke spesies lainnya, termasuk manusia. Diketahui virus corona berasal dari Wuhan di China dan muncul pada Desember 2019.

Perkembangan dunia usaha dalam suatu negara selalu diikuti dengan perkembangan yang pesat perusahaan-perusahaan berskala kecil. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki ketahanan paling baik. Kemampuan UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UMKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah.

Pandemic COVID-19 memunculkan beberapa masalah bagi pelaku UMKM, di sisi lain ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US 130 Miliar. Transaksi perdagangan drastic elektronik meningkat selama pandemic COVID-19.

Dampak COVID-19 sangat besar terhadap UMKM yang disekitar lembaga-lembaga pendidikan umum dan khusus. Bulan pertama dan ketiga banyak karyawan di rumahkan, buruh dipulangkan dan ini berdampak ke semua sektor UMKM.

## **STUDI LITERATUR/LITERATURE STUDY**

### **1. Motivasi Bisnis**

Pengertian motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya dan upaya untuk mencapai kepuasan (Hasibuan, 2000:65). Adapun (Siswanto, 2006:43) juga merumuskan motivasi sebagai berikut:

- a. Setiap perasaan atau kehendak dan keinginan yang amat mempengaruhi kemauan individu, sehingga individu tersebut didorong untuk berperilaku atau bertindak.
- b. Pengaruh kegiatan yang menimbulkan perilaku individu
- c. Setiap tindakan atau kejadian yang menyebabkan berubahnya perilaku seseorang
- d. Proses yang menentukan gerakan atau tingkah laku individu kepada tujuan (goals). Sedangkan Robbins (2008:19) mengatakan bahwa motivasi sebagai suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu. Oleh As'ad (2003:110) motivasi kerja didefinisikan sebagai sesuatu yang menimbulkan semangat atau dorongan kerja. Oleh karena itu dalam psikologi kerja

biasanya di sebut pendorong semangat kerja. Kuat atau lemahnya motivasi kerjanya seseorang ikut menentukan besar kecilnya prestasi.

Hierarki kebutuhan adalah sebuah teori tentang kebutuhan bertingkat yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Konsep hierarki kebutuhan yang diungkapkan Maslow adalah kebutuhan-kebutuhan di level rendah harus terpenuhi atau paling tidak cukup terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan-kebutuhan di level lebih tinggi menjadi hal yang lebih memotivasi( Feist, 2014:331).

Konsep teori Abraham Maslow menjelaskan suatu hierarki kebutuhan (hierarchy of needs) yang menunjukkan adanya lima tingkatan dari kebutuhan dasar dan keinginan dalam diri manusia. Lima tingkatan kebutuhan dasar manusia adalah sebagai berikut: kebutuhan fisiologi, rasa aman, cinta dan memiliki, harga diri, dan aktualisasi diri. Tingkatan kebutuhan dasar manusia yang telah disebutkan diurutkan dari tingkatan yang terendah ke tingkatan yang tertinggi yaitu aktualisasi diri. Setiap tingkatan kebutuhan pada tingkat yang lebih rendah harus relatif terpuaskan sebelum orang menyadari atau dimotivasi oleh kebutuhan yang tingkatannya lebih tinggi, dengan kata lain setiap tingkatan kebutuhan yang lebih tinggi sulit terpenuhi bila jenjang yang lebih rendah belum terpenuhi dengan optimal.

## 2. Teori Kinerja

Kinerja merupakan kemampuan atau prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Kinerja organisasi atau perusahaan merupakan indikator tingkatan prestasi yang dapat dicapai serta mencerminkan keberhasilan manajer/pengusaha. Kinerja merupakan pencapaian atas tujuan organisasi yang dapat berbentuk *output* kuantitatif maupun kualitatif, kreativitas, fleksibilitas, dapat diandalkan atau hal-hal lain yang diinginkan oleh organisasi (Mangkunegaran, 2010:25).

Pengukuran kinerja dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang, juga dapat dilakukan pada tingkatan individu, kelompok ataupun organisasi. Kinerja merupakan perilaku/tindakan yang sesuai dan sejalan dengan tujuan organisasi, di mana penilaian kinerja dapat dilakukan oleh ahlinya. Kinerja dapat pula disebut sebagai prestasi kerja yang merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan. Secara keseluruhan kinerja merupakan hasil yang diperoleh dari perilaku anggota suatu organisasi.

Penilaian dan pengukuran kinerja dapat bermanfaat bagi organisasi atau perusahaan untuk mengetahui kinerja organisasi sehingga dapat membentuk suatu organisasi/perusahaan yang lebih berkualitas. Sehubungan dengan kinerja koperasi, Tujuan koperasi adalah sukses yang meliputi: sukses usaha, sukses keanggotaan, dan sukses pengembangan. Metode pengukuran dan penilaian kinerja koperasi bermacam-macam, *Indian Journal Of Applied Research*, yaitu teknik analisis kinerja sosial-ekonomi koperasi dengan menggunakan metode antara lain: analisis tabulasi, analisis laju pertumbuhan, analisis rasio, analisis kecukupan modal, dan analisis *Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Thereats* (SWOT).

Banyak faktor yang menentukan kinerja koperasi, antara lain yang tercantum dalam PERMEN Koperasi dan UKM No. 21/Per/M.KUKM/IX/2015 yang terdiri dari

aspek kelembagaan, usaha, keuangan, dan manfaat, serta faktor-faktor lainnya yang berhubungan dengan lingkungan internal dan eksternal koperasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (PERMEN Nomor 14/Per/M.KUKM/XII/2009), khusus untuk penilaian kesehatan (kinerja) Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan Unit Simpan Pinjam (USP) koperasi ditentukan oleh 7 (tujuh) aspek, yaitu: permodalan, kualitas aktiva produktif, manajemen, efisiensi, likuiditas, kemandirian, dan pertumbuhan serta jati diri koperasi. Penilaian aspek-aspek yang menentukan kinerja tersebut menggunakan nilai yang dinyatakan dalam angka 0 sampai dengan 100, dimana masing-masing aspek dan komponennya memiliki bobot yang telah ditetapkan.

### **3. Teori Kesejahteraan**

Pembukaan Undang-undang Dasar 1945 (UUD 1945) menyatakan bahwa tugas dari pemerintah Negara Indonesia adalah memajukan kesejahteraan umum. Istilah "kesejahteraan umum" yang tercantum dalam pembukaan UUD 1945 mempunyai arti yang sama dengan istilah "kesejahteraan sosial" yang tercantum dalam Bab XIV UUD 1945 (Fahrudin, 2012:56). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 tentang kesejahteraan sosial, pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa kesejahteraan sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.

Pengertian kesejahteraan yang dimaksud dalam UUD 1945, baik dalam bagian pembukaan dan Bab XIV serta dalam UU No. 11/2009 mempunyai padanan secara internasional dengan konsep kesejahteraan yaitu (Jones, 1998:115). *"the achievement of social welfare means, first and foremost, the alleviation of poverty in its manifestations"*. *Social welfare* yang dimaksud dapat diartikan sebagai kesejahteraan, kesejahteraan umum ataupun kesejahteraan sosial. Kesejahteraan merupakan konsep yang abstrak karena keberadaannya terkait langsung dengan nilai-nilai hidup dan ideologi yang dianut oleh seseorang. Kesejahteraan tidak hanya diartikan sebagai ukuran ketersediaan material, tetapi perlu dikaitkan dengan pandangan hidup bangsa yang dianut. Kesejahteraan bukan hanya menjadi cita-cita individu secara perorangan, namun juga menjadi tujuan sekumpulan individu yang terhimpun dalam suatu negara sehingga muncul dua macam kesejahteraan, yaitu kesejahteraan individu dan kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan individu merupakan kesejahteraan yang dirasakan oleh setiap orang sebagai individu, sedangkan kesejahteraan masyarakat merupakan kesejahteraan yang dirasakan oleh semua orang dalam satu kesatuan.

Berdasarkan asal kata, kesejahteraan berasal dari kata "sejahtera" yang mengandung pengertian dari bahasa Sanskerta "cetera" yang artinya "payung". Asal kata ini menunjukkan bahwa yang dimaksud dengan kesejahteraan yang terkandung dalam "cetera" adalah orang yang sejahtera, yaitu orang yang dalam hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan, atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman tenteram, baik lahir maupun batin. (Friedlander, 1992:196) mengatakan bahwa kesejahteraan merupakan sistem yang terorganisasi yang dilakukan melalui pelayanan-pelayanan dan lembaga-lembaga sosial dengan tujuan untuk membantu individu dan kelompok agar mencapai tingkat hidup dan kesehatan yang memuaskan serta hubungan-hubungan personal dan sosial yang memberi kesempatan kepada

mereka untuk mengembangkan seluruh kemampuannya dan untuk meningkatkan kesejahteraannya sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan keluarga dan masyarakat.

## **METODE RISET/RESEARCH METHOD**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman terhadap realitas sosial. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati (Wiratna, 2019:196). Dengan demikian data dalam penelitian ini sebagian besar berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto dan dokumen resmi lainnya yang berhubungan dengan dampak COVID -19 motivasi bisnis, kinerja dan kesejahteraan pelaku UMKM.

### **2. Penentuan Informan Penelitian**

Untuk menentukan subjek penelitian sebagai sumber informasi dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Purposive adalah suatu teknik penetapan informan dengan cara memilih informan diantara kasus tersebut sesuai dengan yang dikehendaki peneliti, sehingga informan tersebut dapat mewakili karakteristik kasus tersebut yang lebih dikenal sebelumnya atau yang paling mengetahui tentang apa yang diharapkan peneliti. Informan dalam penelitian ini beberapa UMKM yang terpilih.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Sugiono (2016:6) menyebutkan bahwa tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yaang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai cara. Dalam tahap ini langkah-langkah yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi
- d. Trianggulasi

### **4. Analisis Data**

Berdasarkan pendapat Moleong (2016:288), “ secara umum proses analisis data mencakup reduksi data, kategorisasi data dan kesimpulan”. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dipilah kembali dalam beberapa kategori yang sesuai dengan tema.

## **HASIL DAN DISKUSI/RESULT AND DISCUSSION**

### **1. Bagaimana dampak virus corona terhadap motivasi bisnis**

Motivasi usaha bagi UMKM ini diikuti oleh puluhan UMKM dengan tetap menerapkan protokol kesehatan mulai dari memakai masker, mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir atau *hand sanitizer*, pengukuran suhu tubuh, menjaga jarak aman serta tidak kontak fisik.

UMKM harus terus berkarya dimasa pandemi COVID-19 ini dengan inovasi-inovasi produk. Seperti misalnya inovasi pembuatan masker atau pelayanan delivery

order untuk produk mamin, karena UMKM merupakan penopang terbesar pada perekonomian nasional.

Tidak mudah untuk bisa mendapatkan prestasi-prestasi seperti itu kalau tidak diimbangi dengan keuletan, ketangguhan, semangat yang kuat serta SDM yang memadai. Oleh karena itu, dimasa pandemi COVID-19 ini diharuskan mencari terobosan-terobosan baru yang bisa diterapkan oleh UMKM sehingga bisa menjadi sukses.

Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Banyak pelaku UMKM meliburkan karyawannya bahkan menutup sementara usahanya. Salah satu penyebabnya adalah penurunan omzet penjualan. Work from home atau dikenal dengan singkatan WFH juga berpengaruh terhadap penurunan omzet. Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan physical distancing dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Para pelanggan menutup diri dan menjaga jarak dan berdampak terhadap aktivitas bisnis.

Kegiatan interaksi fisik antara sesama manusia menjadi berkurang dan membuat masyarakat mengurangi aktivitas ekonomi secara drastis. Hal ini berdampak pada bisnis di sektor manufaktur, transportasi dan pariwisata mengalami penurunan. Keadaan ini sangat mengkhawatirkan, mengingat banyaknya kewajiban yang harus ditanggung seperti membayar listrik, menggaji karyawan dan lain sebagainya.

Dengan begitu motivasi bisnis para pelaku UMKM menurun karena dipatahkan oleh keadaan. Sehingga semangat untuk bekerja tidak seperti hari-hari biasanya, karena pelanggan enggan untuk keluar rumah, takut berinteraksi dengan manusia. Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dari beberapa informan bahwasanya mereka pun takut dan sangat waswas dengan adanya covid-19 karna kami takut kena virus tapi mereka tetap membuka toko demi untuk mencari makan, situasi covid-19 menimbulkan terkadang membuat kurang semangat kerja karna sedikit resah. Kondisi covid-19 membuat mereka kurang semangat bekerja seperti biasanya, dan yang lebih membuat tidak semangat lagi sudah beberapa bulan penghasilan menurun. Dan kondisi ini membuat kerja tidak nyaman seperti biasanya santai tanpa ada kecemasan.

## **2. Bagaimana dampak virus korona terhadap kinerja**

Pandemi COVID-19 berimbas besar pada kelangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Krisis ekonomi yang dialami oleh UMKM pun menjadi ancaman besar bagi perekonomian nasional, mengingat UMKM merupakan penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja terbesar dalam beberapa dekade terakhir.

Dampak dari Covid-19 terhadap UMKM rata-rata mengalami penurunan omset yang lumayan besar. Hal ini terjadi karena berkurangnya kepercayaan masyarakat, serta sulitnya memperoleh bahan baku.

Pendapatan berkurang drastis sekitar 80% dari hari normal, kemudian terjadi penurunan tingkat daya beli, sebagian dampak yang dirasakan oleh UMKM yang berada di daerah Jember. Sebagai pelaku usaha tidak ada yang mau mengalami kerugian yang lumayan besar. Serta memikirkan strategi tanpa melupakan anjuran dari

pemerintah, seperti melakukan kegiatan apa pun harus mematuhi protokol kesehatan, agar bisa meningkatkan pendapatan meskipun dengan keadaan dan situasi yang baru.

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwasanya kinerja dalam suatu UMKM tetap berjalan tapi tidak maksimal yaitu dengan kondisi covid-19. Karyawan juga sedikit takut dan pembeli juga takut keluar rumah. Dan karyawan pernah diliburkan sekitar sekaligus kita pernah tutup juga hampir satu minggu karena kondisi ini. Jadi dalam situasi covid-19 ini menjadikan kinerja karyawan juga menurun karena selain takut berinteraksi dengan pelanggan juga mereka tidak nyaman dengan seperti era new normal harus memakai masker dan jaga jarak yang tidak biasa orang lakukan sebelum-sebelumnya. Juga melihat pendapatan yang sangat menurun drastis menjadikan kinerja mereka tidak seperti biasanya.

Tidak dipungkiri dampak Covid-19 membuat perekonomian semakin buruk. Usaha mikro kecil dan menengah saat ini berkelimpungan menghadapi wabah yang berbahaya. Namun ada juga UMKM yang masih bertahan di tengah pandemi. Ada beberapa strategi bertahan umkm guna memperbaiki produk atau meningkatkan pembaharuan sistem mereka Barret,( 2000: 67):

a. E- commerce

Ditengah pandemi saat ini penjualan yang bersifat datang langsung ke toko mengalami penurunan penjualan, dengan ini e-commerce merupakan salah satu strategi guna meningkatkan penjualan produk yang berbasis online, bisa dikerjakan kapan saja dan dimana saja serta dapat menghemat waktu.

b. Digital Marketing

Saat adanya wabah Cobid-19, banyak yang menyebabkan penurunan omset penjualan. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan internet dan memikirkan sesuatu yang kreatif dan inovatif guna mempromosikan produknya. Digital marketing merupakan kegiatan mempromosikan atau mencari nama pasar dengan memanfaatkan internet atau media sosial.

c. Perbaiki Produk dan Pelayanan terhadap Konsumen

Tidak banyak konsumen yang merasa hati-hati terhadap produk atau barang yang di beli saat pandemi. Maka dari itu suatu pelaku usaha harus melakukan penarikan produk guna meningkatkan kembali kepercayaan konsumen dan secara tidak langsung juga dapat memperbaiki pelayanan terhadap konsumen.

d. Mempertahankan produk dan Mempertahankan pelanggan atau konsumen yang sudah ada.

Di tengah pandemi seharusnya pelaku usaha atau UMKM tidak hanya berlaku berfokus pada promosi di media sosial. Namun juga dengan datangnya pelanggan baru harus bisa mempertahankannya, baik dari sisi konsumen ataupun dari produknya. Dengan cara itu dapat menciptakan kepuasan pelanggan atas pelayanan kita. Cara seperti ini pun merupakan strategi pelaku guna terciptanya hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen bisa terjalin dalam jangka panjang dan diantara keduanya juga mendapatkan keuntungan serta menciptakan loyalitas pelanggan.

Survei Kajian Cepat Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kinerja UMKM Indonesia dilaksanakan secara daring pada 1 – 20 Mei 2020, dan melibatkan 679 valid responden dengan mata pencaharian utama sebagai pelaku usaha.

Data survei menunjukkan bahwa selama pandemi, 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 49,01% usaha ultra-mikro, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,83% usaha menengah. Berdasarkan lama usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 23,27% usaha berusia 0-5 tahun, 10,9% usaha berusia 6-10 tahun dan 8,84% usaha yang telah berjalan lebih dari 10 tahun. Berdasarkan metode penjualan, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 47,44% usaha penjualan offline/fisik, 40,17% usaha penjualan online, dan 39,41% usaha dengan metode penjualan offline sekaligus online.

Pandemi COVID-19 menyebabkan profit usaha menurun secara signifikan akibat biaya produksi tetap atau bahkan meningkat sementara penjualan menurun. Biaya usaha yang mengalami peningkatan selama pandemi yaitu bahan baku, transportasi, tenaga kerja, dan biaya lain-lain.

Survei juga mengumpulkan persepsi pelaku usaha terkait kerentanan UMKM tutup usaha jika pandemi tidak segera berakhir. Sebanyak 47,13% usaha hanya mampu bertahan hingga Agustus 2020, 72,02% usaha akan tutup setelah November 2020, dan 85,42% usaha dapat bertahan paling lama dalam rentang waktu satu tahun sejak pandemi. “Terdapat beberapa preferensi strategi yang dilakukan UMKM, antara lain mencari pasar baru, mencari pemasok bahan baku yang lebih murah, mengurangi tenaga kerja, dan memohon penundaan pembayaran.

### **3. Bagaimana dampak virus korona terhadap Kesejahteraan pelaku usaha kecil dan menengah**

Kesejahteraan adalah salah satu aspek yang cukup penting untuk menjaga dan membina terjadinya stabilitas sosial dan ekonomi. Kondisi tersebut juga diperlukan untuk meminimalkan terjadinya kecemburuan sosial dalam masyarakat. Selanjutnya percepatan

Pertumbuhan ekonomi masyarakat memerlukan kebijakan ekonomi atau peranan pemerintah dalam mengatur perekonomian sebagai upaya menjaga stabilitas perekonomian.

Seperti hasil observasi peneliti bahwa Kesejahteraan sangat memprihatinkan karna ketika kami tidak berjualan kami hanya diam dan makan sehari-hari memakai uang penghasilan kemarin. Dan bantuan dari pemerintah kabupaten juga tidak ada.

Dampak pada omzet penjualan. Hasil riset BI melaporkan bahwa tingkat penurunan yang terjadi pada rata-rata penjualan produk UMKM adalah sebesar 50%. Penyebab terjadinya penurunan ini disampaikan oleh LIPI sebagai dipengaruhi oleh keputusan 58,8% UMKM untuk menurunkan harga produk dan jasanya untuk tujuan mempertahankan usaha sehingga keuntungan turun lebih dari 75%. Release yang sama dengan LIPI disampaikan Tim Riset JNE yang melaporkan sebanyak 75% UMKM mengalami penurunan signifikan pada penjualan.



## KESIMPULAN/CONCLUSION

Motivasi bisnis para pelaku UMKM menurun karena dipatahkan oleh keadaan. Sehingga semangat untuk bekerja tidak seperti hari-hari biasanya, karena pelanggan enggan untuk keluar rumah, takut berinteraksi dengan manusia.

Kinerja dalam suatu UMKM tetap berjalan tapi tidak maksimal yaitu dengan kondisi covid-19. Karyawan juga sedikit takut dan pembeli juga takut keluar rumah. Dan karyawan pernah diliburkan sekitar sekaligus kita pernah tutup juga hampir satu minggu karna kondisi ini. Jadi dalam situasi covid-19 ini menjadikan kinerja karyawan juga menurun karena selain takut berinteraksi dengan pelanggan juga mereka tidak nyaman dengan seperti era new normal harus memakai masker dan jaga jarak yang tidak biasa orang lakukan sebelum-sebelumnya.

Seperti hasil observasi peneliti bahwa Kesejahteraan sangat memprihatinkan karna ketika kami tidak berjualan kami hanya diam dan makan sehari-hari memakai uang penghasilan kemarin. Dan bantuan dari Pemerintah Kabupaten juga tidak ada.

## DAFTAR PUSTAKA/BIBLIOGRAPHY

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 212.
- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 46.
- Ahmad, Mustaq *Etika Bisnis dalam Islam*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar)2001
- Alfis, Pegawai Macarina Jember, Jember 25 Desember 2020
- Al-Qur'an dan Terjemahnya. Jakarta: Departemen Agama RI. 1985
- Apolonaris,dkk " Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Penilaian Kinerja Keunagan Pada UMKM Amungme dan Kamoro".Vol 5. 2016
- Bachtiar Rifa'I, *Efektifitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo*, Vol 1, No. 1, ISSN 2303-341X, di akses pada 17 Januari 2017
- Badroen, Faishal dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam*,(Jakarta : Kencana) 2007
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-Asas Hukum Mu`amalat*.(Yogyakarta : UII Press) 2000
- Dedik, *Pemilik Tenan Pujasera Ruang Micro Jember*, Jember 25 Desember 2020
- Etik dan Diah, *Pelanggan Pujasera Ruang Micro Jember*, Jember 25 Desember 2020
- Fadilah, Haris. 2012. *Pengembangan Usaha*. Tersedia pada <http://harrisfadilah.wordpress.com/2012/04/17/pengembangan-usaha/>. Diakses pada tanggal 19 Agustus 2013.
- Fahrudin Sukarno, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. AL Azhar Freshzone Publishing. 2013. h.19

- Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), h. 61-62
- Ferra Pujiyanti, *Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Dalam Sekejap Otodidak Tanpa Guru Khusus Untuk Perpajakan & UKM*, Lembaga Pustakan Indonesia, 2015, h.68.
- Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil", *Jurnal Al-Iqishad*, Vol. 6, No. 1, (November 2013)
- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 48
- Hasan Sjarifuddin dan Danial Kemas, *LPBD dan Kemiskinan: Alternatif Pengentasan Kemiskinan Melalui Dana Bergulir...*, hal. 84
- Hasan Sjarifuddin dan Danial Kemas, *LPBD dan Kemiskinan: Alternatif Pengentasan Kemiskinan Melalui Dana Bergulir...*, hal. 84
- Helmi, *Pemilik Macarina Jember*, Jember 22 September 2020
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- <https://lokalkarya.com/macarina-jember.html>
- <https://www.reviewsotoy.com/2018/05/perjalanan-bisnis-macarina-makaroni-hits-jember.html>
- Humaizar. 2010. *Manajemen Peluang Usaha*. Bekasi: Dian Anugerah Perkasa.
- Indah Yuliana, dkk, "Modal Intelektual, Keunggulan Kompetitif, dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan High-IC di Indonesia dan Singapura." *Jurnal Magister Manajemen* (2018)
- Kementerian Koperasi dan UMKM RI, 2013
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). *Penyuluhan Arti Pentingnya Merk Dagang*. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2(1), 66. <https://doi.org/10.31764/jmm.v2i1.1350>
- Lely, *Pelanggan Macarina Jember*, Jember 25 Desember 2020
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. XXIV (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 6.
- Mc Commick, 1997; Zang, 2001; laceiva, 2004; Haris Maupa 2004
- Mohd. Zulkifli, dkk, "An Analysis of Islamic Ethic in Small and Medium Enterprises (SMEs)", *UNITAR E-Journal*, Vol. 4, No. 1, (January 2008), pp. 46-58
- Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, cet. I (Jakarta: Kholam Publishing, 2008), h. 293.
- Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h. 10.
- Niken agustin, *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta "Implementasi Norma - Norma Etika Bisnis Syariah Pada Pamella Swalayan di DIY ditinjau dari Etika Bisnis Prespektif Al Ghazali*