

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Masalah

Munculnya Pandemi Covid-19 membawa dampak negatif pada stabilitas ekonomi, salah satunya di sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Mayoritas para pelaku UMKM, mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 (Raharja & Natari, 2021). Dampak ekonomi ini tidak hanya dirasakan di dalam negeri, tetapi juga secara global. Selain itu, karena adanya peraturan *social distancing*, *lock down*, serta pembatasan jam kerja atau pemberlakuan pembatasan sosial skala besar (PSBB), hal ini tentunya juga berlaku untuk industri pariwisata, sektor perdagangan termasuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Di Indonesia, UMKM menjadi salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam menopang perekonomian. Hal tersebut karena melalui sector UMKM, terdapat berbagai aspek yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi manusia mulai dari kegiatan konsumsi, pangan, dan papan. Sebagai contoh, banyak sekali UMKM yang bergerak dalam kegiatan konsumsi seperti usaha pengolahan hasil pertanian, gabah, produksi pangan dan lain sebagainya. Peristiwa tahun 1997/1998 menjadi bukti bagaimana kuatnya UMKM dalam menjaga eksistensinya di tengah krisis moneter yang mengancam. Beberapa faktor yang mendorong UMKM bertahan pada masa itu diantaranya; (1) mayoritas UMKM lebih banyak melakukan produksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastitas permintaan

terhadap pendapatan yang rendah, sehingga pendapatan rata-rata masyarakat tidak terlalu mempengaruhi permintaan barang yang dihasilkan. Sebaliknya kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan, (2) UMKM pada umumnya tidak mendapatkan pinjaman modal dari bank sehingga sektor ini tidak terpengaruh oleh keterpurukan perbankan dan suku bunga. Para pelaku UMKM di Indonesia, lebih banyak memanfaatkan modal sendiri sehingga aksesnya terhadap perbankan tergolong rendah. Hal tersebut sudah terbukti saat krisis global yang terjadi, UMKM hadir sebagai suatu solusi dari sistem perekonomian yang sehat (Kristiyanti & Lisda Rahmasari, 2015). Kondisi tersebut, tentu berbanding terbalik dengan usaha-usahan berskala besar kala itu, yang justru tidak dapat bertahan. Banyak perusahaan mengalami kebangkrutan karena tidak dapat melakukan kegiatan produksi akibat dari meningkatnya harga bahan baku impor dan pajak secara signifikan. Selain itu, faktor kebangkrutan juga dikarenakan adanya peningkatan biaya cicilan utang perusahaan yang disebabkan oleh naiknya nilai tukar rupiah terhadap dollar dan keterpurukan sektor perbankan yang umumnya menjadi kendala dalam membantu permodalan usaha- usaha skala besar.

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menerangkan bahwa yang dimaksud; a) Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik perorangan/dan atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang, (b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari

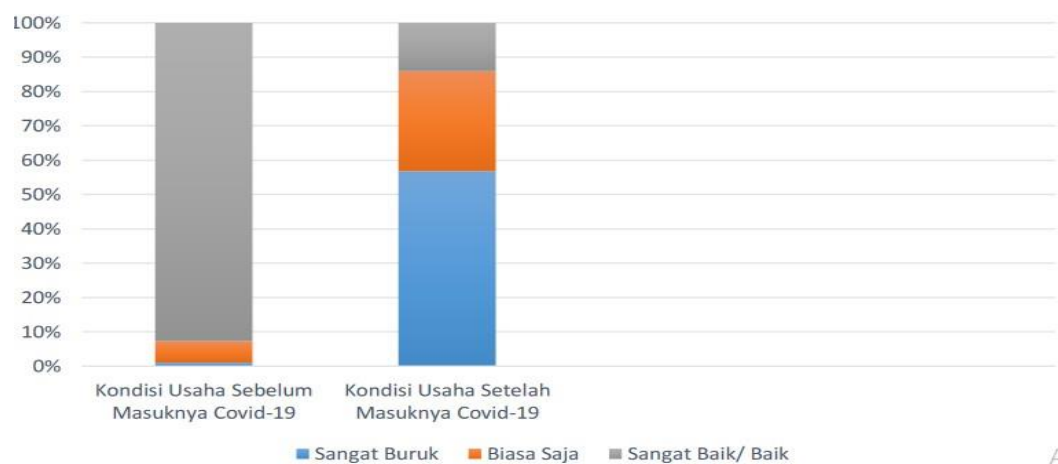
usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. (c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (d) Kriteria UMKM berdasarkan jumlah asset dan omzet (Kristiyanti & Lisda Rahmasari, 2015). Berdasarkan UU No 20 tahun 2008 di atas jelas menunjukkan perbedaan yang cukup besar baik dari segi aset ataupun omzet antara usaha mikro dengan kecil dan usaha kecil dengan menengah. Namun yang jelas secara keseluruhan UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional, hal ini sesuai juga dengan UU No 20 tahun 2008 bab II pasal yang berbunyi:” usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan”.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM, 2018) UMKM merupakan pelaku utama yang mendominasi perekonomian Indonesia sejak krisis moneter. Menurut Sarfiah (2019), UMKM mampu menjadi penopang perekonomian Indonesia, terlihat dari jumlahnya yang terus meningkat pasca krisis tersebut. Pada tahun 2018, telah tercatat jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta yaitu 99 persen dari total unit usaha yang ada dengan mempekerjakan 116,98 juta orang (97 persen dari total

tenaga kerja di sektor ekonomi). Selain itu, UMKM juga telah menyumbangkan sebanyak 60 persen produk domestik bruto di Indonesia. Hal tersebut menandakan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting terhadap perekonomian dalam negeri (Chaerani et al., 2020).

Menurut laporan Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), pandemi Covid-19 berdampak pada kondisi perekonomian baik dalam hal penawaran maupun permintaan. Di sisi penawaran, terdapat pembatasan rantai suplai dan pengurangan suplai bahan baku serta tenaga kerja tidak sehat dari perusahaan. Dari sisi permintaan, kepercayaan konsumen terhadap produk menurun dan permintaan tergolong rendah. OECD juga menerangkan bahwa UMKM memperoleh dampak yang signifikan akibat status Covid-19. Hal tersebut karena sector ini sangat rentan terhadap gangguan usaha karena lebih banyak bersentuhan dengan industri transportasi, kuliner dan pariwisata yang memerlukan dengan akses cepat dan ini sangat dipengaruhi oleh Covid-19 (OECD, 2020).

Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum dan Saat Terdampak Covid-19



Tabel 1. 1 Data Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum dan Saat Terdampak Pandemi Covid-19

Sumber: Katadata Insight Center (KIC) (Chaerani et al., 2020)

Melalui data yang telah disajikan pada grafik tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara kondisi usaha sebelum dan sesudah terdampak covid-19. Sebelum covid-19, persentase kondisi usaha baik/sangat baik sebesar 92,7 %, persentase kondisi usaha biasa saja sebesar 6,3 %, dan kondisi usaha buruk/sangat buruk sebesar 1,0 %. Persentase tersebut menandakan usaha-usaha yang ada pada saat itu beroperasi dengan lancar dan minim kendala. Setelah munculnya covid-19, kondisi usaha saat ini (per juni 2020) justru berbanding terbalik. Dimana, kondisi usaha buruk/sangat buruk justru mengalami peningkatan sebesar 56,8 % dibanding sebelumnya yang hanya sebesar 1,0 %. Selain itu, kondisi usaha biasa saja juga meningkat sebesar 29,1 % dari yang semula hanya 6,3 %. Sementara kondisi usaha baik/sangat baik mengalami penurunan, yang semula 92,7 % menjadi 14,1 %. Berdasarkan hal tersebut, Soleha (2020) menyatakan bahwa pandemic covid-19 memberikan berbagai dampak terhadap kondisi usaha. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI terdapat beberapa dampak yang muncul diantaranya; turunnya jumlah permintaan dan penjualan, berkurangnya aktivitas atau kegiatan usaha, dan kesulitan-kesulitan seperti terhambatnya kegiatan distribusi, kesulitan bahan baku, permodalan hingga penutupan usaha baik sementara maupun permanen.

Pandemi Covid-19 juga telah menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat. Saat ini, pengeluaran masyarakat lebih kepada untuk memenuhi kebutuhan kesehatan, hobi, dan tagihan meningkat selama pandemi. Oleh karena

itu, selain produk esensial (masker, produk kesehatan, dan makanan), hobi (gaming, bersepeda, perbaikan rumah), dan tagihan (air, listrik, internet), UMKM di sektor selain diatas seperti kerajinan dan manufaktur juga mengalami kesulitan dalam menghadapi Covid-19. Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan di atas, strategi pengembangan bisnis UMKM dan mengelola krisis dalam suatu perusahaan sangat diperlukan di tengah ketidak pastian pada masa pandemi Covid-19 untuk dapat berkembang dan mengembalikan eksistensi pelaku bisnis di sektor UMKM pasca pandemi covid-19 (Chaerani et al., 2020).

Strategi pengembangan diperlukan untuk dapat bertahan dan meningkatkan penjualan dalam situasi pandemi. Dimana Pengembangan merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan latihan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Abidin & Dharma, 2017) pengembangan UMKM yang selama ini berbentuk pelatihan, bimbingan teknis maupun *workshop* kewirausahaan yang diikuti oleh para pelaku UMKM sudah memberikan efek positif bagi beberapa pelaku UMKM, walaupun belum semua UMKM mampu mengimplementasikan apa yang sudah diberikan saat pelatihan yang di adakan. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh (Pangestika et al., 2016) strategi pengembangan yang dapat diterapkan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk, dimana prioritas strategi pengembangan adalah melakukan inovasi produk yang diolah, menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan sarana dan prasarana.

Pentingnya pengelolaan krisis dalam setiap usaha atau bisnis merupakan hal yang harus dikuasai oleh setiap pemilik usaha. Menurut Steven Fink (1986) terdapat

beberapa tahap dalam model anatomi krisis yaitu pertama tahap Prodomal, tahap ini merupakan warning stage sebagai tanda bahaya tentang sintom-sintom yang secepatnya harus ditangani. Fase tersebut juga dapat menjadi *turning point* apabila manajemen tidak berhasil menangkap signal yang ada. Gejala-gejala yang dapat mengakibatkan krisis bahkan tidak terlihat sama sekali. Hal-hal yang menyebabkan manajemen tidak mampu membaca tanda-tanda yang ada, salah satunya karena kondisi masih terlihat baik-baik saja. Kedua, tahap Akut yaitu fase ketika orang menyatakan 'telah terjadi krisis'. Krisis tersebut juga dikenal sebagai *the point of no return* yang berarti sekali signal-signal yang ada pada tahap peringatan atau promal stage tidak diperhatikan. Salah satu kesulitan besar yang harus dihadapi pada krisis di fase ini adalah adanya intensitas dan banyaknya serangan dari berbagai pihak. Ketiga, tahap kronik atau disebut sebagai *the clean of phase*. Beberapa hal yang menandakan terjadinya fase ini adalah adanya perubahan-perubahan secara structural seperti penggantian manajemen dan pemilik. Tahap keempat adalah resolusi. Tahap ini menjadi tahap yang terakhir dari tahapan-tahapan krisis. Tahap resolusi merupakan fase pemulihan atau penyembuhan (Andryani & Nurdiarti, 2018).

Desa Pejeng Kangin merupakan salah satu desa yang berlokasi di kecamatan Tampaksiring, kabupaten Gianyar. Berdasarkan letak geografisnya desa tersebut merupakan daerah dataran yang memiliki iklim tropis dengan ketinggian 500 m hingga 600 m dari permukaan laut. Desa Pejeng Kangin memiliki delapan banjar atau dusun dimana diantaranya, banjar Tegalsaat, banjar Pengembangan, banjar Pesalakan, banjar Cagaan, banjar Cagaan Kelod, banjar Umadawa, banjar

Umakuta, dan banjar Cemadik. Dimana ditinjau dari jumlah keseluruhan penduduk yang ada di desa Pejeng Kangin jumlah penduduk keseluruhannya ialah 4,806 jiwa. Berdasarkan data kependudukan dari website resmi desa Pejeng Kangin yang dimana dinaungi oleh kantor Desa Pejeng kangin jumlah penduduk yang produktif adalah sebanyak 70% dari jumlah total penduduk yang ada.

Terdapat beberapa jenis kerajinan tenun yang ada di Bali, seperti misalnya tenun Sangkaragung yang ada di Kabupaten Jembrana, tenun Sampalan yang ada di Kabupaten Klungkung, tenun Geringasing yang ada di Kabupaten Karangasem, dan begitu pula tenun Cagcag merupakan salah satu usaha atau UMKM yang dimiliki oleh Desa Pejeng Kangin, Kecamatan Tampaksiring, Kabupaten Gianyar. Terdapat dua kelompok perajin tenun Cagcag di desa ini yaitu kelompok perajin Tenun Sari Bakti di banjar pesalakan dan kelompok perajin Tenun Merak Mas di banjar pengembungan. Adapun keunikan dari kerajinan tenun Cagcag ini adalah kerajinan ini menghasilkan motif dengan ragam hias geometris, flora dan fauna, begitupula keunikan lainnya adalah memiliki jenis hasil kain yang bermotif dan tidak bermotif. Tenun bunga kenyeri, katak ningkang, bunga kap, bunga gung-gung, dan batun timun merupakan hasil kain tenun bermotif. Adapun kain tenun tanpa motif diantaranya tenun gegambir dan rang-rang.

Saat ini perajin tenun yang ada di Desa Pejeng Kangin ini belum menghasilkan produk yang meningkat atau bisa dikatakan proses produksinya masih terkendala dengan berbagai faktor. Hal tersebut juga semakin perburuk oleh merebaknya pandemi Covid-19. Perhatian dari pemerintah maupun masyarakat terhadap terhadap UMKM saat ini sangat dibutuhkan agar mampu berkembang dan

dapat bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Peran pemerintah dan pelaku usaha perlu melakukan peningkatan dalam memberdayakan UMKM di samping mengembangkan kemitraan usaha atau kerja sama yang menguntungkan satu sama lain yaitu antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil dan terus melakukan peningkatan kualitas SDM.

Melihat dari paparan diatas, dimana berbagai jenis UMKM yang ada di Desa Pejeng Kangin saat ini untuk proses peningkatan produktivitas dan pengembangannya masih bisa dikatakan belum maksimal. Merujuk pada permasalahan yang ada, maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul Strategi Pengembangan dan Pengelolaan UMKM Kerajinan Tenun Cagcag Pada Masa Pandemi di Desa Pejeng Kangin.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah kerajinan tenun Cagcag yang ada di Desa Pejeng Kangin saat ini dalam proses pengembangan produksinya belum optimal dan begitu pula ditambah lagi dengan adanya kondisi pandemi covid 19 menjadikan usaha ini mengalami krisis baik dari segi bahan produksi maupun dari pesanan produk tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan kesenjangan dan keadaan yang ada sesuai dengan dibahas pada latar belakang, rumusan masalah yang dapat dirumuskan melalui penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Bagaimana kondisi UMKM kerajinan tenun Cagcag di Desa Pejeng Kangin?
- 1.3.2 Apa kekuatan dan kelemahan UMKM kerajinan tenun Cagcag setelah pandemi?
- 1.3.3 Strategi apa yang digunakan oleh UMKM kerajinan tenun Cagcag untuk dapat berkembang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- 1.4.1 Menjelaskan kondisi UMKM kerajinan tenun Cagcag di Desa Pejeng Kangin, Kabupaten Gianyar.
- 1.4.2 Mengetahui kekuatan dan kelemahan UMKM kerajinan tenun Cagcag setelah pandemi.
- 1.4.3 Mengetahui strategi yang digunakan oleh UMKM kerajinan tenun Cagcag untuk dapat berkembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah;

- 1.5.1 Manfaat Teoritis

- Hasil penelitian ini dapat menjelaskan dan membuktikan strategi pengembangan UMKM dan faktor-faktor dalam mengelola krisis pada masa pandemi covid-19.
- Pengembangan model penelitian mengenai strategi pengembangan UMKM pada masa krisis yang dirasakan dapat dipertimbangkan pada studi masa mendatang.
- Penelitian ini diharapkan dapat mengisi gap dalam literatur, dengan menawarkan model empiris terkait faktor-faktor yang menjelaskan mengenai pengembangan UMKM dalam mengelola krisis kedepannya.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mengambil keputusan peningkatan penjualan produk maupun manajemen dalam mengaplikasikan serta pengambilan keputusan dan kebijakan yang lebih baik untuk dapat bertahan dalam megahadapi bencana dan krisis seperti covid-19 ini kedepannya.

1.6 Penjelasan Istilah

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi merupakan suatu rencana atau pola yang mendasar melalui keterampilan dan kemampuan serta hubungan yang efektif dengan lingkungan yang ditunjukkan untuk mencapai suatu tujuan dalam organisasi maupun dalam bidang usaha.

2. Pengembangan

Pengembangan merupakan sebuah upaya yang dilakukan melalui pendidikan dan latihan guna meningkatkan kemampuan baik secara teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah salah satu kegiatan usaha yang banyak di geluti oleh masyarakat. Umumnya usaha tersebut dilakukan secara perorangan, rumah tangga maupun badan usaha kecil. Pengelompokan tersebut didasarkan pada omzet yang dihasilkan per tahun, total kekayaan dan total karyawan yang dimiliki.

4. Tenun Cagcag

Tenun Cagcag merupakan suatu kerajinan tangan yang dibuat oleh masyarakat. Pembuatan kain tenun ini masih menggunakan alat tradisional yang disebut cagcag, atau dikenal juga dengan sebutan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). ATBM yaitu peralatan tenun tradisional yang terbuat dari kayu sehingga dalam proses produksi tenun tidak perlu memanfaatkan tenaga mesin. Adapun 2 kelompok yang menjadi pengrajin tenun Cagcag yaitu pengrajin Merak Mas di Banjar Pengembungan dan pengrajin tenun

Sari Bakti di Banjar Pesalakan. Adapun jenis produk kerajinan yang dihasilkan dari kedua kelompok tenun ini berbeda, dimana kelompok tenun Merak Mas menghasilkan produk kerajinan kain untuk pakaian adat Bali (saput atau kamen), dan sedangkan kelompok tenun dari Sari Bakti menghasilkan selendang.

1.7 Rencana Publikasi

Hasil Penelitian ini direncanakan diajukan untuk dapat dipublikasikan pada *Jurnal Ekonomi Efektif* dengan link <https://journal.unpam.ac.id/index.php/JEE>

