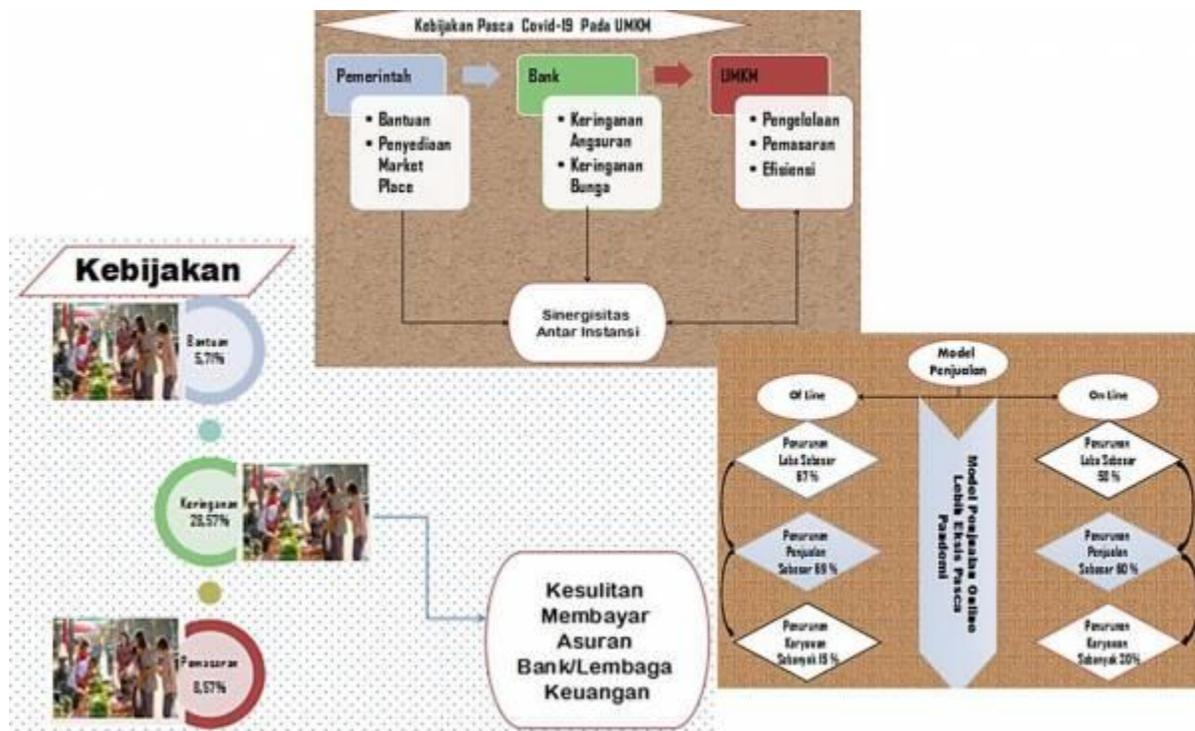


# LANGKAH STRATEGIS UMKM DAN PEMERINTAH PASCA PANDEMI COVID-19



Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara yang dilakukan pada UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng, Pemerintah Kabupaten Buleleng telah responsif terhadap kondisi UMKM pasca Covid 19. Demikian juga dengan perbankan dan UMKM telah melakukan upaya untuk tetap produktif pasca Covid-19. Adapun upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Buleleng melalui Dinas Sosial, Dinas Perindustrian, Perekonomian, Koprasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah serta instansi Pemkab Buleleng lainnya.

Pelaku UMKM di kabupaten buleleng telah melakukan berbagai upaya strategis, seperti pengelolaan, pemasaran dan efisiensi karyawan. Pada aspek pengelolaan saat ini UMKM di Kabupaten Buleleng telah berusaha manajemen dengan baik berbagai produk yang akan dibuat dan dipasarkan. Bahkan analisis terhadap potensi pasar lebih diintensifkan untuk memastikan produk yang dihasilkan mampu terserap dengan baik. Bahkan beberapa UMKM melakukan penjualan berbagai macam produk untuk menjaga stabilitas penjualan. Walaupun yang disediakan dalam skala kecil, untuk memenuhi beraneka macam kebutuhan konsumen. Dalam aspek pemasaran, saat ini selain dilakukan secara offline juga dilakukan secara online. Terjadi peningkatan pemasaran secara online produk UMKM pasca Covid-19, yaitu sebesar 8,57%. Pada aspek efisiensi, UMKM di Kabupaten Buleleng melakukan sistem sift terhadap karyawan. Selain itu, untuk menjaga stabilitas konsumen dan penjualan beberapa produk yang dinilai bisa diefiseinsi untuk dapat dijual lebih murah dilakukan efisiensi penggunaan bahan baku, sehingga bisa dijual lebih murah. Disisi lain UMKM juga melakukan promosi secara lebih intens untuk meningkatkan penjualan produknya. Adapun data mengenai kebijakan yang telah dibuat oleh Pemerintah Pusat, Provinsi, Perbankan dan UMKM untuk meningkatkan produktifitas UMKM pasca Covid-19.

Hasil kajian juga menunjukkan antara UMKM yang melakukan pemasaran online dengan pemasaran offline mengalaih dampak yang berbeda. Secara umum penjualan yang dilakukan secara online lebih tangguh dalam penjualan dan laba. Namun dalam pengurangan karyawan UMKM yang menggunakan model penjualan secara online lebih tinggi.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM yang melakukan pemasaran secara offline mengalami penurunan laba sebesar 67%, sedangkan UMKM yang melakukan pemasaran secara online mengalami penurunan laba sebesar 58% . Artinya UMKM yang telah menggunakan pemasaran secara online

lebih tahan dibandingkan dengan offline dalam bidang laba dengan selisih sebesar 9%. Data di atas juga menunjukkan bahwa UMKM yang melakukan pemasaran secara offline mengalami penurunan penjualan sebesar 69%, sedangkan UMKM yang melakukan pemasaran secara online mengalami penurunan laba sebesar 60%. Artinya UMKM yang telah menggunakan pemasaran secara online lebih tahan dibandingkan dengan offline dalam penjualan dengan selisih sebesar 9%. Sedangkan berkaitan dengan penurunan karyawan, UMKM yang melakukan pemasaran secara offline mengalami penurunan karyawan sebesar 15%, sedangkan UMKM yang melakukan pemasaran secara online mengalami penurunan karyawan sebesar 30%. Artinya UMKM yang telah menggunakan pemasaran secara online lebih besar pengurangan kariawannya dibandingkan dengan offline dengan selisih sebesar 15%.

Berdasarkan analisis konseptual, kondisi empiris dan kebutuhan UMKM di Kabupaten Buleleng, kebijakan yang dapat diambil untuk meningkatkan produktivitas UMKM di Kabupaten Buleleng adalah dengan memberikan bantuan modal usaha, pelatihan dan pendampingan model pemasaran digital, pelatihan dan pendampingan pengemasan produk.

Diperlukan peran nyata dari pemerintah, yaitu kolaborasi yang baik serta sinergitas antara pihak pemerintah/instansi terkait dengan pelaku UMKM, sehingga kondisi perekonomian dari pelaku UMKM dapat berangsur-angsur pulih. Sebagai contohnya, pemerintah memfasilitasi tempat/menyediakan semacam showroom beserta sarana dan prasarananya untuk membantu memasarkan produk-produk mereka, membantu mempromosikan produk asli Buleleng dengan tetap memperhatikan kualitasnya. Kerjasama dalam membentuk jasa/toko/tempat oleh-oleh khas Buleleng, bagaimana strategi pemerintah agar dapat menggiring wisatawan untuk menggunakan jasa/berbelanja ke tempat oleh-oleh tersebut. Kegiatan makan minum harian pegawai dan makan minum rapat di lingkup Pemkab diarahkan agar menggunakan produk UMKM. *(Balitbang/21)*.