



TUJUH ANALISIS KETAHANAN EKONOMI UMKM DI MASA DAN PASCA PANDEMI STUDI KASUS: UMKM Z-CHICKEN BINAAN BAZNAS RI

Azwar Kholid¹

azwar@ibm.ac.id

Program Studi Ekonomi Pembangunan Institut Bisnis Muhammadiyah Bekasi

ABSTRACT

The research on the economic resilience of SMEs will provide a profound understanding of the extent to which SMEs can withstand crises, adapt, and the factors that influence their adaptation success. Additionally, this research can also provide insights into effective policy support to strengthen the economic resilience of SMEs. The research methodology used in this study is descriptive qualitative method. The technique used in this research is interviews with Baznas RI as the manager of UMKM Z-Chicken. The research took place over 4 months, from January to May 2023. The research findings indicate that the steps taken by UMKM Z-Chicken to face the Covid-19 pandemic include market analysis, menu adjustments, setting affordable food prices, collaborating with local governments, offering special deals and promotions, as well as implementing health protocols. As an UMKM fostered by Baznas, UMKM Z-Chicken can expect support and assistance from Baznas in various forms during the Covid-19 pandemic, such as training and mentoring, business capital assistance, access to networks and markets, promotion and marketing, as well as technical and management assistance. Post-Covid-19 pandemic, UMKM Z-Chicken is faced with challenges that they need to overcome to recover and grow their business. Some challenges that UMKM Z-Chicken may face include slow economic recovery, intense competition, compliance with health protocols. However, UMKM Z-Chicken also has opportunities, such as increased demand for ready-to-eat food, changing consumer preferences, business model innovation, support from the government and financial institutions, as well as increased brand awareness.

Keywords: *Economic Resilience, Small and Medium Enterprises (SMEs), Covid-19 Pandemic.*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah memiliki dampak signifikan pada ekonomi global dan nasional. Salah satu sektor yang terkena dampak parah adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan sektor ekonomi yang penting karena memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Penelitian (Sarfiyah et. al., 2019) menunjukkan bahwa jumlah pelaku UMKM terus bertambah meskipun dalam situasi krisis ekonomi. Ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki kemampuan untuk bertahan di tengah badai ekonomi yang sulit.

Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki peranan cukup penting bagi pertumbuhan ekonomi, selain itu UMKM juga memiliki andil dalam penyerapan tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil pembangunan (Soetjipto, 2020). Dalam konteks pandemi Covid-19, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang mengancam kelangsungan usaha



mereka. Pembatasan sosial, penutupan bisnis, dan perubahan pola konsumsi mengakibatkan penurunan pendapatan, kesulitan likuiditas, dan penurunan permintaan produk dan layanan UMKM. Hasil penelitian (Hanim et. al., 2021) memberikan gambaran yang jelas tentang dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Jawa Tengah. Dalam situasi pandemi, banyak UMKM menghadapi tantangan yang serius, seperti penurunan penjualan, permasalahan permodalan, hambatan dalam distribusi, kesulitan memperoleh bahan baku, dan penurunan produksi. Hal ini berdampak negatif pada perekonomian nasional, terutama dalam hal pemutusan hubungan kerja bagi pekerja dan buruh. UMKM juga dihadapkan pada tantangan operasional, seperti penyesuaian model bisnis, migrasi online, dan implementasi protokol kesehatan.

Dalam situasi ini, analisis ketahanan ekonomi UMKM menjadi sangat relevan. Penelitian tentang ketahanan ekonomi UMKM akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang sejauh mana UMKM dapat bertahan dalam menghadapi krisis, sejauh mana mereka dapat beradaptasi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan adaptasi mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang dukungan kebijakan yang efektif untuk memperkuat ketahanan ekonomi UMKM. Dengan memahami ketahanan ekonomi UMKM di masa pandemi Covid-19, dapat diidentifikasi strategi dan kebijakan yang diperlukan untuk mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan yang dihadapi.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan panduan untuk UMKM dalam merencanakan langkah-langkah adaptasi dan pemulihan untuk memastikan kelangsungan bisnis mereka di masa depan. Dengan demikian, penelitian tentang Analisis Ketahanan Ekonomi UMKM di Masa dan Pasca Pandemi Covid-19 memiliki latar belakang yang penting dan relevan untuk memahami situasi UMKM dalam menghadapi krisis dan mengidentifikasi solusi yang tepat untuk memperkuat sektor UMKM secara keseluruhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Ketahanan (*Resilience Theory*)

Ketahanan menentukan keberlanjutan hubungan dalam suatu sistem dan merupakan ukuran kemampuan sistem-sistem ini untuk menyerap perubahan pada variabel-variabel keadaan, variabel penggerak, dan parameter, dan tetap bertahan. Dalam definisi ini, ketahanan adalah properti dari sistem, sedangkan keberlanjutan atau probabilitas kepunahan adalah hasilnya. Stabilitas, di sisi lain, adalah kemampuan suatu sistem untuk kembali ke keadaan keseimbangan setelah gangguan sementara. Semakin cepat sistem kembali, dan dengan fluktuasi yang lebih sedikit, semakin stabil sistem tersebut. Dalam definisi ini, stabilitas adalah properti dari sistem dan derajat fluktuasi di sekitar keadaan tertentu adalah hasilnya (Holling, 1973).

Dalam konteks ekonomi, teori ketahanan menekankan pentingnya kemampuan adaptasi, fleksibilitas, dan pemulihan setelah terjadinya perubahan eksternal yang signifikan. Dalam situasi perubahan yang cepat dan tidak terduga, UMKM perlu dapat beradaptasi dengan perubahan pasar, regulasi, teknologi, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan. Kemampuan untuk mengidentifikasi peluang baru, mengubah strategi bisnis, dan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia adalah faktor penting dalam menjaga ketahanan ekonomi UMKM. Selain itu, fleksibilitas dalam menyesuaikan operasional bisnis, termasuk model bisnis, rantai pasok, dan tenaga kerja, juga menjadi kunci untuk bertahan dalam menghadapi perubahan eksternal. Selama dan setelah perubahan yang signifikan, pemulihan yang cepat dan efektif dalam mengembalikan kegiatan bisnis ke tingkat yang optimal juga penting untuk mempertahankan ketahanan ekonomi UMKM.

Dalam proses pemulihan, UMKM perlu mengadopsi strategi yang sesuai dengan kondisi pasar, kebutuhan pelanggan, dan perubahan regulasi. Ini bisa melibatkan penyesuaian model bisnis, restrukturisasi keuangan, pembaruan produk atau layanan, atau bahkan eksplorasi



pasar baru. Kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan cepat, mengidentifikasi peluang baru, dan mengambil tindakan yang tepat akan membantu mereka dalam memulihkan dan mempertahankan ketahanan ekonomi mereka.

Selain itu, kolaborasi dengan pihak terkait seperti pemasok, mitra bisnis, dan lembaga keuangan juga dapat mendukung pemulihan UMKM. Kerjasama ini dapat membantu dalam memperoleh sumber daya tambahan, akses ke pembiayaan, dan peningkatan kapabilitas yang diperlukan untuk memulihkan bisnis. Penting bagi UMKM untuk tetap proaktif dan berinovasi selama proses pemulihan, mengambil pelajaran dari pengalaman perubahan yang signifikan, dan terus mengembangkan strategi jangka panjang yang akan memperkuat ketahanan ekonomi mereka di masa depan.

Teori Inovasi

Teori inovasi melibatkan adopsi dan penerapan teknologi baru, proses bisnis, dan praktik baru yang dapat meningkatkan ketahanan ekonomi. Inovasi dapat membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar, memperbaiki efisiensi operasional, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat mendukung kelangsungan bisnis. Dalam bukunya yang terkenal, "*Capitalism, Socialism, and Democracy*," Schumpeter, J. A. (1942) mengemukakan teori inovasi yang revolusioner. Menurut Schumpeter, inovasi adalah kekuatan utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi dalam sistem kapitalis. Dia menganggap inovasi sebagai proses yang melibatkan pengenalan ide-ide baru, produk baru, metode produksi baru, pasar baru, atau kombinasi baru dari faktor-faktor produksi.

Schumpeter menyebut proses inovasi sebagai "penghancur kreatif" karena ia percaya bahwa inovasi mengganggu dan menggantikan struktur ekonomi yang ada. Ia berpendapat bahwa inovasi dilakukan oleh wirausahawan yang berani mengambil risiko, dan mereka memainkan peran kunci dalam menggerakkan perubahan ekonomi. Menurut Schumpeter, inovasi berperan dalam menciptakan siklus ekonomi, di mana periode kemajuan dan pertumbuhan diikuti oleh periode penurunan dan perubahan struktural. Inovasi juga berkontribusi pada diferensiasi antara perusahaan, menciptakan keunggulan kompetitif, dan menghasilkan pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

Inovasi memainkan peran penting dalam membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Berikut ini adalah beberapa cara di mana inovasi dapat memberikan manfaat bagi UMKM:

1. Adaptasi terhadap perubahan pasar: Inovasi memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi peluang baru dan mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang berubah. Dengan berinovasi, UMKM dapat menyesuaikan strategi bisnis mereka untuk menghadapi persaingan yang meningkat atau tren baru di pasar. Dalam (Garcia, 2020) menekankan pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan ketahanan ekonomi UMKM selama pandemi COVID-19
2. Peningkatan efisiensi operasional: Inovasi dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional mereka. Melalui penerapan teknologi baru, proses produksi yang lebih efisien, atau penggunaan sumber daya yang lebih baik, UMKM dapat mengurangi biaya produksi, meningkatkan produktivitas, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia.
3. Penciptaan keunggulan kompetitif: Inovasi memungkinkan UMKM untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan mereka dari pesaing. Dengan mengembangkan produk atau layanan yang unik, memberikan nilai tambah yang lebih tinggi kepada pelanggan, atau mengadopsi model bisnis yang inovatif, UMKM dapat menarik perhatian pasar dan memenangkan persaingan.
4. Peningkatan daya saing jangka panjang: Dengan berinovasi secara berkelanjutan, UMKM dapat membangun daya saing jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, inovasi menjadi kunci untuk terus beradaptasi dan mempertahankan posisi yang



kuat di pasar. UMKM yang mampu terus berinovasi memiliki kesempatan lebih besar untuk bertahan dan tumbuh dalam jangka panjang.

Melalui inovasi, UMKM dapat memperkuat ketahanan ekonomi mereka, meningkatkan peluang untuk sukses, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Penting bagi UMKM untuk mendorong budaya inovasi dan menciptakan lingkungan yang mendukung eksplorasi ide-ide baru dan implementasi inovasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif deskriptif. Metodologi penelitian kualitatif, menurut Creswell (2013), melibatkan pendekatan penelitian yang lebih berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial. Pendekatan ini mencakup pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang berupa kata-kata, narasi, gambar, atau observasi untuk memahami konteks, pengalaman, dan tindakan manusia. Metode kualitatif menempatkan perhatian pada pemaknaan sosial, konstruksi realitas, dan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Metodologi penelitian kualitatif juga menekankan pentingnya reflektivitas peneliti terhadap pengaruh dan interpretasi pribadi mereka terhadap data yang dikumpulkan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menjelaskan kompleksitas sosial, persepsi, dan pengalaman individu serta hubungan antara konteks dan tindakan.

Dalam metodologi penelitian kualitatif, peneliti terlibat dalam proses interaktif dengan partisipan penelitian untuk menggali pemahaman yang lebih kaya dan kontekstual terhadap fenomena yang sedang diteliti. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi partisipatif, catatan lapangan, atau analisis dokumen, dan kemudian dianalisis secara induktif untuk mengidentifikasi pola, tema, atau kerangka pemahaman yang muncul dari data tersebut. Dalam penelitian (Smith, 2022) menggunakan data survei dan wawancara dengan sejumlah UMKM untuk mengidentifikasi strategi yang efektif dalam menghadapi tantangan ekonomi yang dihadapi oleh UMKM selama pandemi. Sementara itu, dalam (Chen, 2021) juga melibatkan analisis data sekunder dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk memahami dampak pandemi terhadap kinerja ekonomi mereka dan faktor-faktor yang berkontribusi pada pemulihan pasca pandemi. Adapun Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan Baznas RI selaku pengelola UMKM Z-Chicken. Penelitian ini berlangsung selama 4 bulan, yaitu mulai Januari hingga Mei 2023.

PEMBAHASAN

Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada sektor UMKM di seluruh dunia. UMKM di banyak negara terkena imbas langsung dari pembatasan sosial dan ekonomi yang diberlakukan untuk mengendalikan penyebaran virus. Beberapa dampak yang umum terjadi pada UMKM selama pandemi Covid-19 meliputi:

1. Penurunan penjualan

Penurunan penjualan adalah salah satu dampak utama dari pandemi Covid-19 terhadap UMKM sektor kuliner, termasuk Z-Chicken. Pembatasan perjalanan, penutupan toko fisik, dan penurunan daya beli konsumen telah berkontribusi pada penurunan pendapatan bagi banyak UMKM. Pembatasan perjalanan yang diberlakukan untuk mengendalikan penyebaran virus telah mengurangi jumlah pelanggan yang mengunjungi toko fisik atau restoran. Selain itu, penutupan toko fisik atau restoran sebagai bagian dari langkah-langkah pengendalian Covid-19 juga berdampak negatif



pada pendapatan UMKM sektor kuliner. Banyak UMKM terpaksa menghentikan operasional mereka atau beralih ke model bisnis pengiriman atau take-away untuk bertahan selama masa pembatasan.

Selain itu, penurunan daya beli konsumen juga menjadi faktor penting dalam penurunan penjualan UMKM sektor kuliner. Ketidakpastian ekonomi dan penurunan pendapatan individu menyebabkan banyak konsumen mengurangi pengeluaran mereka untuk makanan di luar atau mengubah pola konsumsi mereka. Sebagai hasilnya, UMKM seperti Z-Chicken dan lainnya di sektor kuliner terdampak secara signifikan oleh penurunan pendapatan dan penjualan selama pandemi Covid-19. Untuk mengatasi dampak ini, beberapa UMKM telah mencoba beradaptasi dengan mengoptimalkan layanan pengiriman makanan, menawarkan promosi khusus, atau berinovasi dengan strategi pemasaran online untuk mencapai konsumen yang lebih luas.

Penting bagi UMKM untuk terus memantau situasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen selama pandemi Covid-19 agar dapat bertahan dan pulih setelah masa krisis ini berlalu.

2. Gangguan rantai pasokan

Gangguan rantai pasokan adalah dampak lain yang signifikan dari pandemi Covid-19 terhadap UMKM sektor kuliner, termasuk UMKM makanan seperti Z-Chicken. Pembatasan pergerakan barang dan layanan yang diberlakukan sebagai langkah pengendalian penyebaran virus telah mengganggu rantai pasokan dan pasokan bahan baku bagi UMKM. Pembatasan pergerakan antar daerah atau negara, penutupan perbatasan, pengurangan operasional transportasi, serta peningkatan persyaratan kebersihan dan keamanan telah menyebabkan gangguan dalam transportasi dan pengiriman bahan baku. Hal ini dapat mengakibatkan keterlambatan atau kesulitan mendapatkan pasokan bahan baku yang diperlukan untuk produksi makanan, seperti ayam, rempah-rempah, atau bahan-bahan lainnya yang digunakan oleh UMKM seperti Z-Chicken.

Selain itu, penurunan permintaan global dan perubahan pola konsumsi juga dapat berdampak pada pasokan bahan baku. Jika permintaan menurun secara signifikan, produsen bahan baku mungkin mengurangi produksi mereka atau menghentikan operasi sementara. Hal ini dapat menyebabkan keterbatasan pasokan bahan baku untuk UMKM sektor kuliner. Dalam menghadapi gangguan rantai pasokan, beberapa UMKM telah mencoba mengidentifikasi sumber alternatif untuk bahan baku, menjalin kerja sama dengan pemasok lokal, atau mempertimbangkan diversifikasi produk untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber pasokan. Pemerintah dan organisasi seperti Baznas juga dapat memberikan dukungan dan bantuan kepada UMKM sektor kuliner untuk memperkuat rantai pasokan mereka. Misalnya, mereka dapat membantu dengan pengadaan bahan baku, memfasilitasi kerja sama dengan pemasok lokal, atau memberikan pelatihan dan sumber daya untuk membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan dalam rantai pasokan.

3. Kesulitan finansial

kesulitan finansial adalah dampak yang signifikan dari pandemi Covid-19 yang dihadapi oleh banyak UMKM, termasuk UMKM sektor kuliner seperti Z-Chicken. Pandemi ini telah menyebabkan penurunan pendapatan dan ketidakpastian ekonomi, yang dapat menghambat akses UMKM ke modal dan sumber daya keuangan.

Beberapa masalah yang dihadapi UMKM dalam mendapatkan akses ke modal dan sumber daya keuangan selama pandemi Covid-19 meliputi:



- Pengetatan kriteria peminjaman: Lembaga keuangan mungkin mengintensifkan persyaratan peminjaman mereka, termasuk memperketat persyaratan keuangan dan mengurangi jumlah pinjaman yang diberikan. Hal ini dapat membuat UMKM sulit memenuhi persyaratan dan memperoleh pinjaman yang dibutuhkan.
- Tingkat bunga yang lebih tinggi: Lembaga keuangan dapat menetapkan suku bunga yang lebih tinggi sebagai respons terhadap ketidakpastian ekonomi dan risiko bisnis yang meningkat selama pandemi. Hal ini dapat membuat pinjaman menjadi lebih mahal bagi UMKM.
- Kurangnya jaminan atau agunan: UMKM seringkali kesulitan dalam memberikan jaminan atau agunan yang diperlukan oleh lembaga keuangan untuk memperoleh pinjaman. Terutama selama pandemi, ketidakpastian ekonomi dapat membuat lembaga keuangan menjadi lebih berhati-hati dalam mengambil risiko.

Untuk mengatasi kesulitan finansial, beberapa langkah yang dapat diambil oleh UMKM termasuk:

- Mencari alternatif sumber pembiayaan: UMKM dapat menjelajahi opsi pembiayaan alternatif seperti program bantuan pemerintah, organisasi nirlaba, atau koperasi kredit yang mungkin lebih fleksibel dalam persyaratan peminjaman.
- Berinovasi dalam model bisnis: UMKM dapat mencari cara baru untuk menghasilkan pendapatan, seperti meluncurkan produk atau layanan baru, menjalankan kampanye pemasaran online, atau mengoptimalkan platform e-commerce untuk mencapai pelanggan lebih luas.
- Membangun kemitraan dan kerja sama: UMKM dapat menjalin kemitraan dengan mitra bisnis atau pemasok untuk mendapatkan dukungan finansial, diskon, atau sumber daya lainnya. Ini dapat membantu mengurangi beban finansial yang dihadapi.
- Mengajukan bantuan dan dukungan keuangan: UMKM dapat mencari tahu program bantuan atau dukungan keuangan yang disediakan oleh lembaga pemerintah, organisasi nirlaba, atau lembaga keuangan yang berfokus pada pengembangan UMKM.

Penting untuk berkomunikasi dengan lembaga keuangan, melakukan riset tentang program dukungan yang tersedia, dan mengajukan proposal yang jelas dan terperinci untuk meningkatkan peluang UMKM dalam mendapatkan akses ke modal dan sumber daya keuangan yang dibutuhkan selama pandemi Covid-19.

4. Perubahan perilaku konsumen

Perubahan perilaku konsumen adalah dampak signifikan lain dari pandemi Covid-19 terhadap UMKM sektor kuliner, termasuk bisnis makanan seperti Z-Chicken. Pandemi telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan industri makanan dan minuman, dan hal ini dapat mempengaruhi bisnis seperti Z-Chicken.

Beberapa perubahan perilaku konsumen yang mungkin terjadi selama pandemi Covid-19 meliputi:

- a. Peningkatan minat pada pengiriman makanan: Pembatasan perjalanan dan penutupan restoran telah mendorong peningkatan minat konsumen untuk memesan makanan melalui layanan pengiriman makanan. Hal ini mempengaruhi UMKM sektor kuliner, termasuk Z-Chicken, yang harus



- menyesuaikan model bisnis mereka dengan menawarkan layanan pengiriman atau bekerja sama dengan platform pengiriman makanan.
- b. Pengurangan frekuensi kunjungan restoran: Konsumen mungkin mengurangi frekuensi kunjungan ke restoran atau tempat makan umum karena kekhawatiran akan penyebaran virus. Ini dapat berdampak pada pendapatan dan jumlah pelanggan bagi UMKM sektor kuliner seperti Z-Chicken, terutama jika mereka mengandalkan sebagian besar pendapatan dari penjualan di tempat makan.
 - c. Perubahan preferensi makanan: Pandemi dapat mempengaruhi preferensi makanan konsumen. Beberapa konsumen mungkin lebih cenderung memesan makanan yang dikemas atau makanan siap saji yang dapat dikonsumsi di rumah, sementara yang lain mungkin mencari makanan yang lebih sehat atau memiliki nilai gizi yang tinggi. UMKM seperti Z-Chicken dapat merespons perubahan ini dengan menyediakan opsi makanan yang sesuai dengan preferensi baru konsumen.
 - d. Peningkatan penggunaan platform online: Perubahan perilaku konsumen juga meliputi peningkatan penggunaan platform online untuk mencari informasi, melihat menu, atau melakukan pemesanan. UMKM sektor kuliner perlu memanfaatkan kehadiran online dan memastikan mereka hadir di platform-platform yang relevan untuk dapat mencapai konsumen yang lebih luas.

Untuk mengatasi perubahan perilaku konsumen selama pandemi, UMKM sektor kuliner seperti Z-Chicken dapat mengambil beberapa langkah, antara lain:

- a. Menyesuaikan model bisnis: UMKM dapat mengadaptasi model bisnis mereka dengan menawarkan layanan pengiriman makanan, mengoptimalkan platform online, atau mengembangkan kemitraan dengan platform pengiriman makanan yang populer.
- b. Berinovasi dalam menu dan penawaran: UMKM dapat menyesuaikan menu mereka untuk memenuhi preferensi konsumen yang berubah, termasuk menawarkan opsi makanan yang dikemas atau makanan sehat.
- c. Meningkatkan kehadiran online: UMKM dapat meningkatkan kehadiran online mereka melalui media sosial, situs web, atau platform pemesanan makanan online untuk dapat menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen potensial.
- d. Meningkatkan kebersihan dan keamanan: UMKM harus memastikan bahwa mereka mengikuti protokol kebersihan dan keamanan yang ketat untuk memberikan rasa percaya kepada konsumen, baik dalam hal persiapan makanan maupun pengantaran.

Melalui adaptasi dan inovasi yang tepat, UMKM sektor kuliner seperti Z-Chicken dapat beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen selama pandemi Covid-19 dan mempertahankan bisnis mereka.

Respon dan Adaptasi UMKM Z-Chicken selama Pandemi

UMKM Z-Chicken merupakan salah satu UMKM binaan Baznas RI yang bergerak di bidang kuliner. UMKM ini mulai dikembangkan pada akhir 2019, dan awal 2020 mulai masa percobaan dengan memberdayakan masyarakat yang belum punya pekerjaan tetap atau mereka yang terkena PHK akibat pandemi Covid-19, sehingga mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hingga tahun 2023, UMKM Z-Chicken telah memiliki lebih dari 1.000 mitra/penerima manfaat yang tersebar di pulau Jawa. Beberapa faktor yang menjelaskan bagaimana Z-Chicken mampu berdampak positif terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat adalah:



1. Penciptaan Peluang Kerja: Dengan memulai UMKM Z-Chicken, mereka dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat yang membutuhkan pekerjaan. Dalam situasi sulit seperti pandemi Covid-19, memberikan peluang kerja baru sangat berarti bagi mereka yang terkena PHK atau kesulitan mencari pekerjaan.
2. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan: Selain memberikan pekerjaan, Z-Chicken juga memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan kepada masyarakat yang terlibat dalam bisnis ini. Dengan meningkatkan keterampilan mereka, ini dapat membantu meningkatkan peluang kerja mereka di masa mendatang, bahkan setelah pandemi berakhir.
3. Dampak Ekonomi Lokal: Dengan memberdayakan masyarakat yang terkena dampak Covid-19, UMKM Z-Chicken dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal. Ini dapat terjadi melalui peningkatan daya beli masyarakat setempat, peningkatan pendapatan mereka, dan meningkatkan aktivitas ekonomi di sekitar wilayah tersebut.
4. Responsif terhadap Kebutuhan Pasar: Z-Chicken berhasil menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan kebutuhan pasar selama pandemi. Dalam situasi di mana orang-orang mungkin mengalami kesulitan keuangan, menawarkan makanan dengan harga terjangkau dapat membantu masyarakat mengatasi krisis ekonomi yang dihadapi.
5. Pendekatan Sosial dan Keberlanjutan: Dalam memberdayakan masyarakat yang terkena dampak Covid-19, Z-Chicken memiliki pendekatan yang inklusif, dengan fokus pada keberlanjutan sosial. Ini dapat mencakup kebijakan seperti memberikan peluang kerja kepada kelompok rentan atau menyumbangkan sebagian pendapatannya untuk program sosial yang membantu masyarakat terdampak.

Langkah-langkah yang diambil oleh UMKM Z-Chicken untuk menghadapi pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

1. Analisis pasar: UMKM Z-Chicken menganalisis kebutuhan pasar selama pandemi Covid-19. Mereka memahami bahwa banyak orang lebih memilih untuk makan di rumah dan mencari makanan yang praktis, bergizi, dan terjangkau.
2. Penyesuaian menu: UMKM Z-Chicken melakukan penyesuaian pada menu mereka. Mereka memilih untuk menawarkan makanan yang banyak diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat selama pandemi, seperti paket makanan keluarga, menu makanan sehat, atau makanan berbasis ayam yang bergizi. Dengan demikian, UMKM Z-Chicken dapat memenuhi permintaan yang ada di pasar.
3. Pengaturan harga: Untuk mendukung masyarakat yang terdampak secara finansial oleh pandemi, UMKM Z-Chicken menetapkan harga makanan mereka dengan harga yang terjangkau. Dengan demikian, mereka dapat menarik pelanggan baru dan tetap mempertahankan pelanggan lama.
4. Kerjasama dengan pemerintah setempat: UMKM Z-Chicken menjalin kerjasama dengan pemerintah setempat untuk promosi produk mereka. Mereka dapat memanfaatkan platform atau program yang disediakan oleh pemerintah untuk memperluas jangkauan pemasaran dan memperkenalkan produk mereka kepada lebih banyak orang.
5. Penawaran khusus dan promosi: UMKM Z-Chicken memberikan penawaran khusus, seperti diskon atau gratis pengiriman, untuk menarik pelanggan selama pandemi. Mereka juga menggunakan media sosial dan situs web mereka untuk mempromosikan produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.
6. Penerapan protokol kesehatan: UMKM Z-Chicken memastikan bahwa mereka menerapkan protokol kesehatan yang ketat untuk menjaga kebersihan dan keselamatan



pelanggan serta staf mereka. Ini termasuk memastikan jarak fisik, penggunaan masker, pembersihan rutin, dan penggunaan alat pelindung diri yang diperlukan. Dengan mengambil langkah-langkah ini, UMKM Z-Chicken dapat menghadapi tantangan yang dihadapi oleh pandemi COVID-19 dan tetap beroperasi dengan sukses, sambil membantu memenuhi kebutuhan makanan masyarakat secara terjangkau.

Dukungan dari Baznas terhadap UMKM Z-Chicken

Sebagai UMKM binaan Baznas, UMKM Z-Chicken dapat mengharapkan dukungan dan bantuan dari Baznas dalam berbagai bentuk selama pandemi Covid-19. Berikut adalah beberapa dukungan yang diberikan oleh Baznas kepada UMKM Z-Chicken:

1. Pelatihan dan pendampingan: Baznas dapat menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan untuk membantu UMKM mengembangkan keterampilan manajemen, pemasaran, atau operasional yang diperlukan selama pandemi. Ini dapat membantu UMKM mengoptimalkan bisnis mereka dan menyesuaikan strategi mereka dengan kondisi yang berubah.
2. Bantuan modal usaha: Baznas dapat menyediakan bantuan modal usaha dalam bentuk pinjaman atau hibah untuk membantu UMKM Z-Chicken dalam mengatasi kesulitan finansial yang diakibatkan oleh pandemi. Bantuan ini dapat digunakan untuk menjaga likuiditas bisnis, memperluas operasional, atau berinovasi dalam model bisnis.
3. Akses ke jaringan dan pasar: Baznas dapat memfasilitasi akses UMKM Z-Chicken ke jaringan dan pasar yang lebih luas. Mereka dapat membantu menghubungkan UMKM dengan mitra bisnis potensial, distributor, atau platform e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk Z-Chicken.
4. Promosi dan pemasaran: Baznas dapat membantu dalam mempromosikan UMKM Z-Chicken melalui saluran komunikasi dan jejaring yang dimiliki. Ini dapat mencakup promosi di media sosial, situs web, atau kegiatan promosi lainnya yang dapat membantu meningkatkan kesadaran dan citra merek Z-Chicken.
5. Pendampingan teknis dan manajemen: Baznas dapat menyediakan pendampingan teknis dan manajemen bagi UMKM Z-Chicken. Tim Baznas dapat memberikan saran dan bimbingan dalam hal perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, atau implementasi strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan yang dihadapi selama pandemi.

Namun, penting untuk mencatat bahwa dukungan yang tepat dari Baznas dapat bervariasi tergantung pada kebijakan, program, dan sumber daya yang tersedia pada waktu tertentu. Sebaiknya UMKM Z-Chicken menghubungi Baznas atau mengunjungi situs web mereka untuk memperoleh informasi terbaru tentang dukungan yang dapat mereka berikan selama pandemi Covid-19.

Tantangan dan Peluang Pasca Pandemi

Pasca pandemi Covid-19, UMKM Z-Chicken dihadapkan pada tantangan dan peluang yang perlu mereka hadapi untuk memulihkan dan mengembangkan bisnis mereka. Berikut adalah beberapa tantangan dan peluang yang mungkin dihadapi oleh UMKM Z-Chicken:

Tantangan:

1. Pemulihan ekonomi yang lambat: Pasca pandemi, proses pemulihan ekonomi mungkin berlangsung lambat, sehingga menghadirkan tantangan dalam memulihkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Konsumen mungkin masih memiliki keterbatasan dalam daya beli dan preferensi konsumsi yang berubah.
2. Persaingan yang ketat: Industri kuliner umumnya sangat kompetitif, dan pasca pandemi ini dapat meningkatkan persaingan di antara UMKM sektor kuliner. Z-Chicken perlu



menghadapi persaingan dengan UMKM sejenis dan juga merek-merek besar yang mungkin mengambil langkah-langkah untuk memperluas jangkauan mereka.

3. Kepatuhan protokol kesehatan: Meskipun pandemi Covid-19 berangsur mereda, kepatuhan terhadap protokol kesehatan dan kebersihan masih menjadi kebutuhan yang penting. UMKM Z-Chicken harus terus memastikan penerapan protokol kesehatan yang ketat, seperti jaga jarak fisik, penggunaan masker, dan kebersihan dapur, untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Peluang:

1. Peningkatan permintaan makanan siap saji: Perubahan dalam perilaku konsumen selama pandemi, seperti peningkatan minat pada makanan siap saji atau pengiriman makanan, dapat menjadi peluang bagi UMKM Z-Chicken. Mereka dapat memanfaatkan ini dengan memperluas layanan pengiriman makanan atau menghadirkan opsi makanan siap saji yang menarik bagi konsumen.
2. Perubahan preferensi konsumen: Pasca pandemi, konsumen mungkin lebih memperhatikan kesehatan dan kualitas makanan. UMKM Z-Chicken dapat memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan menu yang sehat, menggunakan bahan-bahan berkualitas, dan mengedepankan kebersihan dalam persiapan makanan.
3. Inovasi dalam model bisnis: Pasca pandemi, ada peluang untuk berinovasi dalam model bisnis. UMKM Z-Chicken dapat mempertimbangkan strategi seperti ekspansi ke pasar online, bekerjasama dengan platform pengiriman makanan, atau menyediakan konsep makanan unik yang menarik bagi konsumen.
4. Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan: Pemerintah dan lembaga keuangan mungkin menyediakan program dukungan dan bantuan bagi UMKM untuk memulihkan dan mengembangkan bisnis pasca pandemi. UMKM Z-Chicken dapat mencari peluang ini dan memanfaatkannya untuk mendapatkan akses ke modal usaha, pelatihan, atau dukungan lainnya.
5. Peningkatan kesadaran merek: Pandemi Covid-19 telah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mendukung bisnis lokal dan UMKM. UMKM Z-Chicken dapat memanfaatkan peluang ini untuk memperkuat merek mereka, mengkomunikasikan nilai-nilai mereka kepada konsumen, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan komunitas setempat.

Untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang ini, UMKM Z-Chicken perlu melakukan analisis pasar yang baik, beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, dan terus berinovasi dalam strategi bisnis mereka.

Rekomendasi dan Strategi Ke Depan

Berikut adalah beberapa rekomendasi dan strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Z-Chicken ke depan:

1. Diversifikasi menu: UMKM Z-Chicken dapat mempertimbangkan untuk diversifikasi menu mereka dengan menambahkan variasi hidangan yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen. Misalnya, mereka dapat menawarkan pilihan makanan vegetarian atau makanan dengan bahan-bahan organik untuk menarik segmen pasar yang lebih luas.
2. Memperluas kehadiran online: Melihat adanya peningkatan permintaan dalam pengiriman makanan, UMKM Z-Chicken dapat memperluas kehadiran mereka secara online dengan bekerjasama dengan platform pengiriman makanan atau membangun sistem pengiriman internal. Hal ini akan membantu mereka menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan aksesibilitas produk mereka.



3. Fokus pada kebersihan dan keamanan: UMKM Z-Chicken harus terus memprioritaskan kebersihan dan keamanan dalam operasional mereka. Mereka dapat meningkatkan protokol kebersihan, memberikan pelatihan kepada staf mereka, dan mengkomunikasikan langkah-langkah kebersihan yang diambil kepada pelanggan. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan konsumen dan membedakan Z-Chicken sebagai tempat makan yang aman.
4. Berinovasi dalam pengemasan dan presentasi: UMKM Z-Chicken dapat mempertimbangkan untuk berinovasi dalam pengemasan dan presentasi makanan mereka. Pengemasan yang menarik dan profesional dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen dan meningkatkan nilai jual produk. Mereka juga dapat mempertimbangkan opsi makanan yang praktis dan mudah dikonsumsi untuk konsumen yang lebih memilih makan di luar atau di tempat kerja.
5. Berkolaborasi dengan mitra lokal: UMKM Z-Chicken dapat menjalin kolaborasi dengan mitra lokal, seperti petani lokal atau produsen bahan baku lokal. Ini tidak hanya mendukung komunitas lokal, tetapi juga memberikan nilai tambah kepada produk Z-Chicken dengan mengedepankan bahan-bahan segar dan berkualitas.
6. Memanfaatkan media sosial: UMKM Z-Chicken dapat memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mempromosikan produk dan mengembangkan basis penggemar yang setia. Mereka dapat mengunggah foto-foto menarik dari hidangan mereka, mengadakan kontes atau promosi khusus melalui media sosial, serta berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun keterlibatan dan loyalitas.
7. Membangun hubungan dengan komunitas: UMKM Z-Chicken dapat membangun hubungan yang erat dengan komunitas setempat melalui kegiatan sosial atau kerjasama dengan lembaga sosial lainnya. Hal ini akan membantu membangun citra positif dan loyalitas dari konsumen dalam komunitas tersebut.
8. Terus beradaptasi dan berinovasi: Terakhir, UMKM Z-Chicken harus terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan inovasi dalam bisnis mereka. Mereka dapat memantau tren terbaru dalam industri makanan, mengikuti umpan balik konsumen, dan terus mencari cara baru untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Dengan menerapkan rekomendasi dan strategi ini, UMKM Z-Chicken dapat menghadapi masa depan dengan lebih baik, meningkatkan pertumbuhan bisnis, dan tetap kompetitif di pasar kuliner yang terus berkembang.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka beberapa simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

1. Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada sektor UMKM di seluruh dunia. UMKM di banyak negara terkena imbas langsung dari pembatasan sosial dan ekonomi yang diberlakukan untuk mengendalikan penyebaran virus. Beberapa dampak yang umum terjadi pada UMKM selama pandemi Covid-19 meliputi penurunan penjualan, gangguan pasokan, kesulitan finansial, dan perubahan perilaku konsumen.
2. Langkah-langkah yang diambil oleh UMKM Z-Chicken untuk menghadapi pandemi Covid-19 adalah analisis pasar, penyesuaian menu, menetapkan harga makanan dengan harga yang terjangkau, bekerjasama dengan pemerintah setempat, penawaran khusus dan promosi, serta penerapan protokol kesehatan.
3. Sebagai UMKM binaan Baznas, UMKM Z-Chicken dapat mengharapkan dukungan dan bantuan dari Baznas dalam berbagai bentuk selama pandemi Covid-19, seperti Pelatihan



dan pendampingan, bantuan modal usaha, akses ke jaringan dan pasar, promosi dan pemasaran, serta pendampingan teknis dan manajemen.

4. Pasca pandemi Covid-19, UMKM Z-Chicken dihadapkan pada tantangan yang perlu mereka hadapi untuk memulihkan dan mengembangkan bisnis mereka, beberapa tantangan yang mungkin dihadapi oleh UMKM Z-Chicken adalah pemulihan ekonomi yang lambat, persaingan yang ketat, kepatuhan protokol Kesehatan. Namun, UMKM Z-Chicken juga memiliki beberapa peluang, yaitu peningkatan permintaan makanan siap saji, perubahan preferensi konsumen, inovasi dalam model bisnis, Dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan, serta peningkatan kesadaran merek.
5. Berikut adalah beberapa rekomendasi dan strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Z-Chicken ke depan diantaranya diversifikasi menu, memperluas kehadiran online, fokus pada kebersihan dan keamanan, berinovasi dalam pengemasan dan presentasi, berkolaborasi dengan mitra local, memanfaatkan media sosial, membangun hubungan dengan komunitas, serta terus beradaptasi dan berinovasi.

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, direkomendasikan agar pemerintah meningkatkan upaya dalam menyediakan akses pembiayaan yang mudah dan terjangkau bagi UMKM, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi pasca pandemi.
2. Penting bagi UMKM untuk terus mengembangkan kapasitas inovasi mereka dan memanfaatkan teknologi digital sebagai salah satu strategi adaptasi yang efektif dalam menghadapi gangguan ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi.
3. Dalam rangka meningkatkan ketahanan ekonomi UMKM di masa dan pasca pandemi, diperlukan kerjasama antara sektor publik dan swasta untuk mengembangkan program pelatihan dan mentorship yang mendorong pengembangan keterampilan dan pengetahuan bisnis yang relevan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperdalam pemahaman tentang pengaruh faktor-faktor kontekstual, seperti perbedaan geografis, sektor industri, dan kebijakan pemerintah, terhadap ketahanan ekonomi UMKM di masa dan pasca pandemi.

REFERENSI

- Sarfiah, Sudati Nur, Atmaja, Hanung Eka, & Verawati, Dian Marlina Verawati. (2019). *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) Volume 4 Nomor 2 2019.
- Soetjipto, Dr. HM. Noer. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Hanim, Lathifah, Sopyonono, Eko, & Maryanto. (2021). *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Tahun 2021.
- Holling, C. S. (1973). *Resilience and Stability of Ecological Systems*. Annual Review of Ecology and Systematics, 4, 1-23.



- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Harper & Brothers.
- Garcia, R., Martinez, E., & Lopez, M. (2020). *Digital Transformation and Economic Resilience of Small and Medium Enterprises (SMEs) During the COVID-19 Pandemic*. *Journal of Business Research*, 116, 229-241.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications..
- Smith, J., Johnson, A., & Lee, K. (2022). *The Resilience of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) During and After the COVID-19 Pandemic: An Analysis of Key Factors*. *Journal of Small Business Economics*, 1-18.
- Chen, L., Wang, S., & Li, M. (2021). *Assessing the Economic Resilience of Small and Medium Enterprises (SMEs) Post-COVID-19: A Case Study of the Retail Sector*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 580.