



Analisis Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Terhadap Peningkatan Ekspor di Masa Pandemi COVID-19

Marheni

IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik, Bangka Belitung, Indonesia

Marheni.utama@gmail.com

Abstrak

Ekspor memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Namun, nilai ekspor Indonesia khususnya yang berasal dari UMKM masih sangat rendah, terutama pada masa pandemi COVID-19. Diketahui ekspor Indonesia pada tahun 2020 menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini menjadi kajian penting bagi penulis sehingga akan menjawab permasalahan tersebut. Tujuan dalam penulisan ini untuk menganalisis pemberdayaan UMKM terhadap peningkatan ekspor di masa pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menitikberatkan pada jenis deskriptif. Hasil dalam penulisan ini menunjukkan bahwa untuk mengantisipasi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif dalam penguatan ekspor adalah penguasaan pasar yang merupakan prasyarat peningkatan daya saing UMKM. Untuk dapat memasuki pasar yang kompetitif maka UMKM membutuhkan informasi yang cepat dan akurat terkait pasar produksi maupun pasar faktor produksi dengan demikian UMKM akan memiliki lingkup pemasaran produk yang lebih luas. Pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 salah satunya dapat dibantu dengan penggunaan teknologi informasi sehingga pasar UMKM menjadi lebih variatif dan lebih luas.

Kata kunci: Kinerja Ekspor, Pemberdayaan UMKM

Abstract

Exports play an important role in the economy of a country, including Indonesia. However, the value of Indonesia's exports, especially those from MSMEs, is still very low, especially during the COVID-19 pandemic. It is known that Indonesia's exports in 2020 decreased compared to the previous year. This is an important study for the author so that it will answer these problems. The purpose of this paper is to analyze the empowerment of MSMEs towards increasing exports during the COVID-19 pandemic. This study uses a qualitative method that focuses on descriptive types. The results in this paper indicate that to anticipate an increasingly open and competitive market mechanism in strengthening exports, market control is a prerequisite for increasing the competitiveness of SMEs. To be able to enter a competitive market, MSMEs need fast and accurate information related to the production market and the market for production factors so that MSMEs will have a wider product marketing scope. One of the ways to empower MSMEs during the Covid-19 pandemic is the use of information technology so that the MSME market becomes more varied and wider.

Key words: Export Performance, Empowerment, MSMEs

PENDAHULUAN

Di Indonesia, salah satu sektor ekonomi yang diidentifikasi terkena dampak pandemi COVID-19 adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) karena kecenderungan kekurangan modal usaha akibat penurunan pendapatan, hal ini juga sejalan dengan penurunan daya beli masyarakat saat ini (Andrianto, 2016). Menurunnya tingkat daya beli

masyarakat terhadap produk UMKM tentunya menjadi salah satu faktor utama UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh pendapatan, yang juga menjadi salah satu modal kerja utama bagi pelaku usaha untuk tetap menjalankan usahanya. Hal yang sama juga terjadi di Pakistan, dimana pandemi COVID-19 juga mengakibatkan UMKM di Pakistan mengalami penurunan pendapatan (Andrianto, 2016).

UMKM adalah tulang punggung banyak ekonomi di seluruh dunia yang memberikan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja bagi banyak orang di seluruh dunia. Demikian pula, dalam kasus Pakistan, UMKM sangat penting bagi perekonomian karena mereka merupakan lebih dari 90% dari perkiraan 3,2 juta perusahaan bisnis dan berkontribusi 40% terhadap PDB dengan lebih dari 40% pendapatan ekspor. UMKM tersebar di seluruh Pakistan di daerah pedesaan dan perkotaan dan mewakili sebagian besar sektor pertanian, manufaktur, ritel, grosir, perdagangan, dan jasa. Karena wabah dan penguncian COVID-19, perusahaan-perusahaan Pakistan menghadapi efek buruk yang belum pernah terjadi sebelumnya pada bisnis mereka (Shah, 2018)

Dampak penyakit terhadap masyarakat dan ekonomi dapat disaksikan dari penguncian kota-kota di seluruh dunia, pembatasan mobilitas tenaga kerja, larangan bepergian, penghentian penerbangan, dan yang paling penting perlambatan ekonomi. Krisis COVID-19 mengglobal dari 21 Februari hingga 24 Maret 2020 dan masih jumlah kasus yang berkembang pesat setiap hari. Diperkirakan bahwa wabah COVID-19 akan memiliki konsekuensi besar bagi pertumbuhan PDB global (Word Economic, 2020). Karena wabah global COVID-19, PDB global kemungkinan akan terpengaruh antara 2,3% hingga 4,8% (ADB, 2020).

Selain itu, juga telah diprediksi bahwa wabah pandemi saat ini dapat menyebabkan investasi asing langsung global menyusut sebesar 5%-15%. Selanjutnya, menurut laporan UNCTAD, dunia membutuhkan paket dukungan hingga \$2,5 triliun untuk mengatasi kerusakan. Oleh karena itu, berdasarkan statistik ini, krisis global saat ini kemungkinan akan lebih buruk daripada krisis 2008. Selanjutnya, menurut Organisasi Buruh Internasional (ILO), hampir 25 juta orang di seluruh dunia bisa kehilangan pekerjaan mereka (kehilangan pendapatan pekerja sebanyak USD 3,4 triliun). Laporan ILO yang lebih baru menunjukkan bahwa tindakan penguncian (penuh atau sebagian) mempengaruhi 81% (sekitar 2,7 miliar pekerja) dari total pekerja global. COVID-19 akan memiliki efek yang lebih mendalam di negara-negara berkembang yang akan mempersulit mereka untuk menerapkan stimulus yang efektif tanpa menghadapi kendala devisa yang mengikat. ((Shafi, Liu, & Ren, 2020)

Negara-negara yang paling rentan adalah negara-negara yang memiliki infrastruktur kesehatan yang lemah, sangat bergantung pada sektor perdagangan dan pariwisata, berutang besar, dan yang bergantung pada arus modal yang tidak stabil. Mengontrol wabah COVID-19 akan menghidupkan kembali perekonomian, tetapi risiko tekanan keuangan yang berkelanjutan sangat tinggi bahkan setelah tahun 2020. Selanjutnya, diperkirakan juga bahwa kemiskinan kemungkinan akan meningkat sekitar 11 juta orang. Meskipun dampak ekonomi dari wabah ini terus berlanjut dan semakin tidak dapat diprediksi, jelas bahwa situasi di negara berkembang akan menjadi lebih buruk sebelum menjadi lebih baik. Menurut Program Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNDP), kerugian pendapatan di negara-negara berkembang kemungkinan akan melebihi \$220 miliar (UNDP, 2020). Selain itu, Bank Dunia dalam laporannya baru-baru ini memperkirakan bahwa Asia Selatan dapat menghadapi kinerja ekonomi terburuk dalam 40 tahun dengan setengah dari negara-negara tersebut jatuh ke dalam resesi yang dalam (Shafi, Liu, & Ren, 2020). Hal ini terjadi, khususnya untuk Indonesia.

Di Indonesia diperkirakan sekitar 1.785 koperasi dan 163.713 UMKM mengalami penurunan penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Kementerian Koperasi dan UMKM melaporkan sekitar 37.000 UMKM menyatakan terdampak pandemi COVID-19, ditandai dengan penurunan penjualan 56 persen, kesulitan pembiayaan 22 persen, kesulitan distribusi barang 15 persen, dan kesulitan 4 persen mendapatkan bahan baku. Penurunan UMKM juga terjadi di Pakistan, Eropa, Inggris, dan India. Di masa pandemi seperti ini, sektor UMKM sangat membutuhkan perhatian khusus dari pemerintah karena sektor usaha ini merupakan salah satu penyumbang pendapatan domestik terbesar dan sektor ekonomi dengan penyerapan tenaga kerja yang tinggi (Anggraeni, 2020)

Salah satu penggerak perekonomian yakni melalui perdagangan internasional. Dengan



adanya perdagangan internasional diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara terutama dalam sektor UMKM. Catriana (2020) menyatakan bahwa perdagangan dapat menjadi mesin pertumbuhan. Perdagangan internasional tidak lepas dari adanya kegiatan Ekspor dan Impor (BPS, 2020). Dalam perkembangannya, jumlah ekspor di Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan jumlah impor. Menurut data Badan Pusat Statistik mencatat nilai ekspor Indonesia pada April 2020 mencapai US\$ 14,47 miliar atau turun 7,19 persen dibandingkan ekspor Maret 2019. Sedangkan nilai impor Indonesia April 2020 mencapai US\$ 16,09 miliar, naik 11,28 persen dibandingkan Maret 2019.

Ekspor adalah pembelian barang dari negara lain yang dilakukan oleh perusahaan dalam negeri. Salah satu faktor penting dalam ekspor adalah kemampuan negara memasarkan produk yang bernilai jual tinggi ke pasar luar negeri. Ekspor secara langsung akan mempengaruhi pendapatan nasional. Namun, hubungan sebaliknya tidak selalu berlaku, yaitu peningkatan pendapatan nasional tidak serta merta meningkatkan ekspor karena pendapatan nasional dapat meningkat sebagai akibat dari peningkatan pengeluaran rumah tangga, investasi perusahaan, pengeluaran pemerintah dan penggantian barang impor dengan barang buatan dalam negeri (Balstad & Berg, 2020)

Tingginya nilai impor di Indonesia dapat mengancam nilai jual produk dalam negeri dan membuat masyarakat bergantung pada produk impor itu sendiri. Oleh karena itu, Indonesia perlu meningkatkan nilai ekspor guna meningkatkan nilai ekspor agar produk dalam negeri tidak kalah dengan produk impor. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai ekspor adalah dengan meningkatkan pemberdayaan produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah). UMKM dinilai menjadi solusi dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. Terbukti pada krisis 1992-2000 UMKM dianggap sebagai penyelamat perekonomian Indonesia karena mampu bertahan dalam krisis dan menjadi penopang perekonomian Indonesia saat itu (BPS, 2020) Selain itu, UMKM juga mampu menyerap banyak tenaga kerja yang dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM mencatat pada tahun 2020 sektor UMKM mengalami penurunan sebesar 4,41 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (BPS, 2020). Hal ini menjadikan penurunan ini harus diupayakan sebagai penggerak perekonomian Indonesia sehingga dapat membuka peluang bahwa perekonomian Indonesia akan berkembang di masa yang akan datang. UMKM juga dinilai mampu menjadi solusi bagi Indonesia untuk meningkatkan perekonomian Indonesia secara internasional dalam situasi COVID-19 ini.

Perkembangan UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai permasalahan sehingga menyebabkan lemahnya daya saing produk impor terutama pada masa pandemi COVID-19. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM antara lain dana yang terbatas dan kurangnya dukungan dari pemerintah berkaitan dengan pengurusan izin dan birokrasi serta tarif pungutan yang termasuk tinggi. Maka tidaklah mengherankan jika potensi UMKM besar menjadi terhambat. Walaupun dapat dikatakan bahwa UMKM sanggup bertahan dari krisis global namun pada faktanya masih sangat banyak permasalahan yang dihadapi dan membutuhkan penyelesaian dari berbagai pihak. Hal itu karena selain terkena imbas krisis global secara tidak langsung, UMKM juga harus menghadapi masalah domestik yang belum terselesaikan seperti masalah upah tenaga kerja, ketenagakerjaan dan pungutan liar, korupsi dan sebagainya.

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok perusahaan terbesar dan terbukti tahan terhadap berbagai jenis guncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diatur dalam payung hukum. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Dalam penelitian yang telah membahas tentang hal ini yaitu penelitian oleh Olivandy, Astuti & Siddiq (2021) bahwa diperlukan langkah-langkah cepat dan tepat agar sektor UMKM di Indonesia dapat menghadapi situasi dan kondisi pandemi ini dari berbagai pihak khususnya dinas-dinas terkait dan pemerintah.



Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa krisis global seperti COVID-19 berdampak pada penurunan tingkat pendapatan UMKM, yang secara langsung menyebabkan penurunan permodalan UMKM di Indonesia. Dengan demikian, penulis akan menganalisis pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan ekspor Indonesia di masa pandemi COVID-19 guna meningkatkan kembali taraf hidup UMKM di Indonesia.

METODE

Dalam penulisan ini menggunakan metode kualitatif, dengan jenis deskriptif, yaitu menjelaskan sekaligus menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan pemecahan masalah yang kini berbasis data, sehingga deskriptif ini juga menyajikan, menganalisis dan menafsirkan data (Creswell, 2016). Penelitian ini menggunakan literatur dan data sekunder sebagai sumber informasi, kemudian data tersebut dianalisis untuk diinterpretasikan. Dari sumber data dan studi literatur yang ada, dapat dicari solusi pemecahan masalah. Setelah mengumpulkan data penelitian selanjutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia, karena menyumbang 99,9% dari perusahaan, 60,51% dari PDB dan 96,92% kesempatan kerja (CNN Indonesia, 2020). Di masa lalu, UMKM di Indonesia juga telah menunjukkan ketahanan terhadap gejolak ekonomi, seperti krisis ekonomi Asia 1997-1998 dan 2008-2009 di krisis keuangan global (Eurpoean Commission, 2003). Namun ketika datang wabah COVID-19 mulai Maret 2020 membawa krisis ekonomi dengan tingkat kompleksitas yang lebih tinggi kepada UMKM di seluruh dunia. Berkurangnya aktivitas dan mobilitas masyarakat karena ketakutan akan penularan virus dan pembatasan sosial yang diberlakukan pemerintah telah menghambat aktivitas offline UMKM (Ginting, 2011). Sri Mulyani (2020) berpendapat bahwa pandemi mempengaruhi permintaan yaitu, daya beli konsumen dan sisi penawaran (misalnya, bahan baku dan mobilitas tenaga kerja) pasar. Selanjutnya, pandemi sangat mempengaruhi bisnis UMKM, yang mengakibatkan penurunan pendapatan atau penutupan bisnis (Hamdani, 2018)

Berdasarkan informasi dari ILO (2020) melaporkan bahwa dari 571 UMKM yang disurvei di Indonesia, 68% mengalami permasalahan kegiatan usaha, 65% berhenti beroperasi, dan 3% gulung tikar (Machmudi, 2020). Selain itu, di Indonesia, menurut ABDSI (2020) melaporkan bahwa di antara 6.405 UMKM yang disurvei, 48,3% mengalami kesulitan, 92,6% membutuhkan restrukturisasi, dan 26,6% mengalami masalah arus kas yang mengakibatkan utang (Machmudi, 2020). Sebagian besar dari mereka yang bertahan dalam bisnis kehilangan sebagian besar pendapatan; dan 28% kehilangan setengah dari pendapatan mereka. Kemudian, pada Agustus 2020, tingkat pengangguran di Indonesia telah mencapai 7,07% dan pada November 2020, jumlah pekerja yang terkena PHK sudah mencapai 9,77 juta (Jayani, 2020). Akibat dari PHK yakni meningkatkan jumlah orang yang jatuh di bawah garis kemiskinan. Diperkirakan bahwa ekonomi Indonesia hanya tumbuh 1% pada tahun 2020, dimana angka kemiskinan akan meningkat menjadi 12,4% (Jayani, 2020)

Sebagian besar UMKM yang disurvei mencatat terdapat penurunan pendapatan akibat pandemi COVID-19. Namun, penurunan pendapatan bervariasi dari ukuran perusahaan, sektor bisnis, wilayah, dan gender. Dalam hal ukuran perusahaan, semakin besar skalanya, semakin dalam penurunan pendapatan. Sebagian besar perusahaan menengah mencatat kerugian pendapatan 60-80%, sementara perusahaan mikro dan kecil sebagian besar mencatat penurunan pendapatan 40-60% dibandingkan dengan periode pra-pandemi (Machmudi, 2020). Dari sisi sektor usaha, dampak mendalam dirasakan oleh UMKM di sektor transportasi dan pergudangan, sebesar 23% di antaranya melaporkan penurunan pendapatan lebih dari 80%. Hal ini dapat dijelaskan dengan berbagai pembatasan sosial yang diberlakukan pemerintah pada tahun 2020. Mayoritas UMKM di lima sektor lainnya mengalami kerugian



pendapatan sebesar 60–80% atau 40–60%. Dari sisi wilayah, hampir setengah dari UMKM yang disurvei mengalami lebih dari 80% atau 60–80% kerugian pendapatan, sedangkan di empat wilayah lainnya mengalami sebesar 40–60% atau 60–80% kerugian pendapatan. Dalam hal jenis kelamin, lebih banyak pemilik perempuan yang mengalami kehilangan pendapatan 60% atau lebih daripada laki-laki (Nasution, 2020)

Solusi dalam Memulihkan Kondisi UMKM di Indonesia

Penduduk Indonesia yang lebih dari 240 juta jiwa (menurut sensus 2010), ternyata hanya 0,24 persen merupakan seorang pengusaha (*interpreneur*), atau hanya sekitar 400.000 orang yang berkecimpung di dunia usaha atau UMKM. Padahal, untuk menjadikan perekonomian Indonesia bisa berkembang lebih cepat, dibutuhkan lebih dari 2 persen penduduk sebagai wirausaha atau terlibat dalam UMKM (Nasution, 2020). Singapura, negara kecil namun memiliki 7% penduduknya adalah seorang wirausahawan dan memiliki banyak UMKM. Sedangkan Malaysia, lebih dari 2 persen penduduknya merupakan wirausahawan yang berkecimpung di berbagai usaha mikro. Peningkatan pemberdayaan UMKM juga akan berdampak pada banyaknya tenaga kerja yang terserap.

Selain itu, peningkatan sektor UMKM juga akan menambah Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Menjadi salah satu negara dengan kasus infeksi COVID-19 tertinggi di ASEAN. UMKM Indonesia harus lebih keras dalam melakukan aktivitasnya dalam pemulihan ekonomi. Dalam rangka membantu UMKM, mempertahankan operasionalnya, dan membantu mereka dalam pemulihan. Pemerintah menerapkan kebijakan bantuan sosial dan stimulus ekonomi yang ditargetkan kepada UMKM secara nasional. Pemerintah merancang program pemulihan ekonomi nasional melalui modalitas yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2020 (PP 23/2020) tentang pelaksanaan program PEN, yang ditujukan kepada UMKM, usaha ultra mikro, sektor usaha strategis dalam perekonomian dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Penggunaan Teknologi dan Infomasi dalam Meningkatkan Ekspor bagi UMKM

Saat ini struktur ekspor produk UMKM Indonesia mayoritas berasal dari industri pengolahan seperti mebel, makanan dan minuman, pakaian jadi atau garmen, industri kayu dan rotan, hasil pertanian terutama perkebunan dan perikanan, sedangkan di sektor pertambangan masih sangat kecil (hanya yang berhubungan dengan batuan, tanah liat dan pasir). UMKM menghasilkan produk-produk yang variatif seperti perabotan rumah tangga, pakaian, mainan anak, ukiran, anyaman bambu, makanan ringan, mebel, dan lainnya (Nurdewanto, 2017). Hal ini membuktikan bahwa kontribusi UMKM terhadap ekspor cukup tinggi namun masih di bawah jumlah ekspor nonmigas yang dihasilkan oleh usaha besar. Hal inilah yang menjadi tantangan bagi umkm untuk dapat bersaing di masa yang akan datang.

Selain itu, terdapat beberapa kendala bagi UMKM yang banyak dialami oleh negara berkembang termasuk Indonesia. Kendala tersebut antara lain masalah kekurangan bahan baku yang harus didatangkan dari negara lain untuk proses produksinya (Pramuka, 2013). Bentuk permasalahan lain yang juga dihadapi oleh pelaku UMKM adalah sulitnya memasarkan barang, kurangnya modal, tidak tersedianya infrastruktur dan informasi yang cukup disamping masalah-masalah tidak langsung yang mempengaruhi kinerja produk UMKM. Misalnya adanya inflasi, perubahan peraturan perdagangan, bencana alam, pandemi dan lainnya. Dalam menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing UMKM. Untuk dapat memasuki pasar yang kompetitif maka UMKM membutuhkan informasi yang cepat dan akurat terkait pasar produksi maupun pasar faktor produksi dengan demikian UMKM akan memiliki lingkup pemasaran produk yang lebih luas. Pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 salah satunya dapat dibantu dengan penggunaan teknologi informasi sehingga pasar UMKM menjadi lebih variatif dan lebih luas Informasi pasar produksi atau pasar komoditas yang dibutuhkan, misalnya (1) Jenis barang atau produk apa yang dibutuhkan konsumen di suatu daerah tertentu,; Bagaimana daya beli masyarakat terhadap produk tersebut; Harga pasar apa yang berlaku; (4) Selera konsumen di pasar lokal, regional dan internasional (Tandjung, 2011)

Dengan demikian, UMKM dapat mengantisipasi berbagai kondisi pasar agar usahanya



semakin inovatif. Melalui ketersediaan informasi yang cepat dan akurat maka UMKM dapat memanfaatkannya secara maksimal untuk membuat perencanaan terkait perancangan bentuk produk, trend pasar, kesesuaian harga, kebutuhan pasar dan lainnya sehingga potensi pemasaran menjadi lebih terbuka luas. (Riyard, Azli & Bosi, 2019) Selain memiliki kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi pasar, UMKM juga perlu memiliki kemudahan dan kecepatan dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan usahanya kepada konsumen secara luas baik di dalam maupun di luar negeri (Samodro, 2018). Selama ini promosi UMKM banyak dilakukan melalui pameran bersama dalam waktu dan tempat yang terbatas, sehingga hubungan dan transaksi dengan konsumen tidak dapat dijamin berkesinambungan. Hal ini dapat disebabkan oleh jarak yang jauh atau kendala kurangnya intensitas komunikasi. Padahal faktor komunikasi dalam menjalankan bisnis sangat penting, karena dengan komunikasi akan membuat ikatan emosional yang kuat dengan pelanggan yang sudah ada, juga memungkinkan datangnya pelanggan baru (Sukesti & Iriyanto, 2011).

UMKM di Indonesia dengan segala keterbatasannya di masa pandemi COVID-19 tentu dapat berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi, memerlukan dukungan berupa pelatihan dan pemberian fasilitas. Tentu tanggung jawab terbesar dalam memberikan pelatihan dan penyediaan fasilitas tersebut ada di tangan pemerintah, di samping pihak lain yang memiliki komitmen, terutama pihak universitas. Pusat Pengembangan UMKM berbasis IT ini perlu dibangun di setiap kecamatan atau jika memungkinkan di setiap kecamatan. Fasilitas tersebut berupa ruangan khusus yang dilengkapi seperangkat komputer yang terhubung dengan internet, serta dilengkapi dengan website UMKM masing-masing daerah, di bawah pengelolaan dan pembiayaan pemerintah daerah. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas UMKM terletak di daerah yang jauh dari pusat kota, misalnya di desa atau kota kecil dikecamatan. UMKM tersebut juga tidak terhubung dengan jaringan internet sehingga tidak dapat memasarkan produknya secara online. Padahal untuk mengembangkan bisnis sehingga mampu masuk ke pasar dunia akan jauh lebih efektif dengan penggunaan website, sosial media dan media pemasaran online lainnya. Dengan demikian Pusat Pengembangan UMKM berbasis IT ini diasumsikan akan dapat membantu UMKM untuk meningkatkan lingkup pasarnya baik lokal maupun internasional. Penggunaan jaringan internet akan membantu pengurangan biaya, penghematan waktu dan juga kecepatan. Dengan pemasaran yang lebih meningkat maka masyarakat pelaku UMKM dan tenaga kerja yang ada akan mencapai kesejahteraan ekonomi yang lebih baik lagi. Hal itu juga secara sinergi akan memberikan pengaruh yang positif untuk pendapatan nasional negara.

Pada dasarnya banyak produk UMKM di Indonesia mempunyai mutu yang tidak kalah dengan produk luar negeri, atau bahkan lebih baik. Tetapi dari segi teknologi produksi, pengemasan dan pemasaran masih kalah unggul dari produk luar negeri tersebut. Maka dari itu, untuk dapat mengikuti pasar yang sangat kompetitif ini, maka para pelaku UMKM harus meningkatkan kemampuannya baik dari segi perancangan produk, pengemasan dan pemasaran produk sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan bantuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dapat meningkatkan kinerja sehingga lebih efektif dan efisien. Sehingga walaupun terdapat sedikit perbedaan biaya dengan sistem tradisional, UMKM dapat menikmati fasilitas dari IT yang akan memberikan return yang sepadan. Dengan IT UMKM akan lebih siap bersaing tidak hanya di dalam negeri tetapi juga dengan produk luar negeri.

SIMPULAN DAN SARAN

Analisis pemberdayaan ekspor di Indonesia melalui Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Saat ini skema dalam peningkatan ekspor di Indonesia tidak terlepas dari pemberdayaan dan penggunaan teknologi bagi para wirausahawan. Untuk mengantisipasi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif dalam penguatan ekspor adalah penguasaan pasar yang merupakan prasyarat peningkatan daya saing UMKM. Untuk dapat memasuki pasar yang kompetitif maka UMKM membutuhkan informasi yang cepat dan akurat terkait pasar produksi maupun pasar faktor produksi dengan demikian UMKM akan memiliki lingkup pemasaran produk yang lebih luas.

Berdasarkan penelitian ini rekomendasi untuk meringankan beban UMKM di Indonesia termasuk perlindungan karyawan dan akurasi informasi, peningkatan ekonomi, pendapatan



dan dukungan pekerjaan bagi UMKM, perencanaan, membangun kemampuan ketahanan dan hubungan sosial yang positif. Perhatian yang lebih besar dan konstruktif dari pemerintah setempat akan dapat meringankan permasalahan UMKM selama masa sulit. Selain menimbulkan konsekuensi sosial dan ekonomi, merebaknya COVID-19 telah menciptakan tantangan baru bagi perlindungan kesehatan dan keselamatan karyawan dan pelanggan serta budaya operasional tempat kerja yang baru. Oleh karena itu, penelitian di masa depan juga dapat mempertimbangkan untuk memeriksa masalah ini untuk memberikan pengetahuan yang lebih mendalam tentang konsekuensi dari pandemi yang sedang berlangsung pada bisnis.

Pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 salah satunya dapat dibantu dengan penggunaan teknologi informasi sehingga pasar UMKM menjadi lebih variatif dan lebih luas. Penerapan teknologi informasi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah akan memudahkan UMKM untuk memperluas pasar baik pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri secara efisien. Pembentukan Pusat Pengembangan UMKM berbasis IT dinilai mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya usaha mikro, kecil dan menengah terumatan dalam peningkatan ekspor bagi Indonesia di era teknologi informasi saat ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penyelesaian artikel ini sehingga dapat dipublikasikan dan semoga artikel ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca semua.

DAFTAR PUSTAKA

- ADB (2020). Asian development outlook: What drives innovation in Asia? Special topic: The impact of the coronavirus outbreak—An update. Manila, Philippines: Asian Development Bank.
- Andrianto, M. S. (2016). Strategi kesiapan UMKM Bogor dalam menghadapi persaingan global. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 11(2), 97- 102. <https://doi.org/10.29244/mikm.11.2.97-102>
- Anggraeni, R. (2020). *Ekspor Indonesia anjlok 8,3% jadi USD13 miliar pada Agustus 2020*. Diakses dari <https://economy.okezone.com/read/2020/09/15/320/2277917/eksporindonesia-anjlok-8-3-jadi-usd13-miliar-pada-agustus-2020-pada-tanggal-25-oktober-2021>.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Ekspor Agustus 2020 mencapai US\$13,07 miliar dan impor Agustus 2020 sebesar US\$10,74 miliar*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/09/15/1682/ekspor-agustus2020-mencapai-us-13-07-miliardan-impor-agustus-2020-sebesar-us-10-74-miliar-.html> pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Pendefinisian UMKM*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/09/15/1682/ekspor-agustus2020-mencapai-us-13-07-miliardan-impor-agustus-2020-sebesar-us-10-74-miliar-.html> pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Balstad, M. T., & Berg, T. (2020). What is Export?. *Journal of Management Control*, 30(4), 357-380. <https://doi.org/10.1007/s00187-019-00287-8>
- Catriana, E. (2020). *3 tantangan utama yang dihadapi UMKM selama pandemi Covid-19*. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2020/07/02/150000926/3-tantangan-utama-yang-dihadapi-umkmselama-pandemi-covid-19?page=all> pada 25 Oktober 2021.
- CNN Indonesia. (2020). *Moeldoko bicara tiga masalah UMKM selama pandemi*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/eko-nomi/20201009162151-92-556606/moeldoko-bicara-tigamasalah-umkm-selama-pandemi> pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- European Commission. (2003). *The new SME definition: User guide and model declaration*. Diakses dari <https://ec.europa.eu/digital-singlemarket/en/news/new-smedefinition-user-guide-and-modeldeclaration> pada tanggal 25 Oktober 2021.



- Ginting, A. M. (2011). Upaya peningkatan ekspor sektor usaha mikro, kecil dan menengah melalui peningkatan daya saing produk. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 2(1), 395-525.
- Hamdani, T. (2018). *Di hadapan pengusaha, Sri Mulyani jelaskan pentingnya pacu ekspor*. Diakses dari <https://finance.detik.com/beritaekonomi-bisnis/d-4154382/dihadapan-pengusaha-sri-mulyanijelaskan-pentingnya-pacu-ekspor/> pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Jayani, D. H. (2020). *Berapa sumbangan UMKM terhadap perekonomian Indonesia?*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/data/publish/2020/05/20> pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Machmudi, M. I. A. (2020). *Masalah UMKM di tengah pandemi Covid19*. Diakses dari <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/Rb109w2N-masalah-umkmdi-tengah-pandemi-covid-19> pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Nasution, D. D. (2020). *UMKM ada 64 juta, kontribusi ekspor hanya 14 persen*. Diakses dari https://republika.co.id/berita/qcondl_383/umkm-ada-64-juta-kontribusi-ekspor-hanya-14-persen pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Nurdewanto, B. (2017). Aplikasi market matching berbasis fuzzy sebagai penunjang keputusan ekspor produk UMKM. *MATICS*, 9(2), 58-61. <https://doi.org/10.18860/mat.v9i2.4372>
- Oliviandy, N. A., Astuti, T. P., & Siddiq, F. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Wahana Riset Akuntansi*, 9(2), 91-105.
- Pramuka, B. A. (2013). Adopsi teknologi UMKM berorientasi ekspor untuk pelaporan keuangan: studi di Kabupaten Banyumas. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1).
- Riyard, A. K., Azli, M. N., & Bosi, M. K. (2019). Scientific Publication Analysis: financial reporting quality insight. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 3159-3173. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D8013.118419>
- Samodro, S. (2018). Upaya meningkatkan daya saing ekspor produk UMKM makanan dan minuman melalui pengembangan usaha dengan berbasis pada kearifan lokal di Indonesia. *Prosiding Sembadha*, 1(1), 130-137.
- Sukesti, F., & Iriyanto, S. (2011). Pemberdayaan UKM: Meningkatkan komoditas unggulan ekspor UKM dalam rangka pengembangan ekonomi daerah (studi pada UKM di Jawa Tengah). *In Prosiding Seminar Nasional & Internasional* (Vol. 1, No. 1).
- S.A.H. Shah (2018) Planning Commission of Pakistan, Ministry of Planning, Development & Reform, Government of Pakistan (Ed.), Framework for SME sector development in Pakistan.
- Tandjung, M. (2011). *Aspek dan prosedur ekspor-impor*. Jakarta: Salemba Empat.
- Keputusan Menteri Keuangan No. 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994
- Undang-undang Nomor 17 Tahun 2006 Tentang Kepabeanaan
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)
- Undang-undang Nomor 17 Tahun 2014 Tentang Perdagangan