

TIM DOSEN ABDIMAS



PENGABDIAN MASYARAKAT
MELALUI VIDEO CONFERENCE

Batch
3

GOOGLE MEET & ZOOM MEETING
STRATEGI BERTAHAN
UMKM
Dalam Masa Pandemi Covid 19

Pengabdian Masyarakat Batch 3 Melalui Video Conference Google Meet & Zoom Meeting: Strategi Bertahan UMKM dalam Masa Pandemi Covid 19

Penulis : Tim Dosen Abdimas

ISBN : 978-623-6508-56-5

Copyright © Agustus 2020

Ukuran: 14.8 cm X 21 cm; Hal: viii + 178

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Pertama kali diterbitkan di Indonesia dalam Bahasa Indonesia oleh **Literasi Nusantara**. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Penata Isi : Ahmad Ariyanto
Desainer Sampul : Moh. Faizal Arifin

Cetakan I, Agustus 2020

Diterbitkan pertama kali oleh **Literasi Nusantara**
Perum Paradiso Kav. A1 Junrejo - Batu
Telp : +6285887254603, +6285841411519
Email: penerbitlitnus@gmail.com
Web: www.penerbitlitnus.co.id
Anggota IKAPI No. 209/JTI/2018

Didistribusikan oleh CV. Literasi Nusantara Abadi
Jl. Sumedang No. 319, Cepokomulyo, Kepanjen, Malang. 65163
Telp : +6282233992061
Email: redaksiliterasinusantara@gmail.com

Ucapan Terima Kasih

Didukung Oleh :



Link Zoom Meeting:

<https://us04web.zoom.us/j/4530539586?pwd=V1NseU5WMG-tid204WW5aZkdodXF3Zz09&status=success>

Link Google Meet:

[Htts://meet.google.com/tja-cyaj-ksn](https://meet.google.com/tja-cyaj-ksn)

Pin : 228814549#

Terima kasih atas partisipasi bapak dan ibu semua dalam menyukseskan acara pengabdian masyarakat



gggul



Universitas

Esa Unggul



gggul



Universitas

Esa Unggul

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah buku Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di lingkungan Asosiasi Dosen Indonesia (ADI) telah selesai disusun. Pengabdian masyarakat merupakan bagian dari Tridharma Perguruan Tinggi seringkali kurang mendapatkan perhatian, namun dengan selesainya buku PKM ini kita berharap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan dengan baik.

Kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah dengan metode online. Abdimas dilakukan secara online dengan sebuah UMKM yang ada di daerah Surabaya, Jawa Timur. Kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat secara online karena saat ini negara kita tengah mengalami pandemi Covid-19 yang terjadi secara global, tidak hanya di Jakarta, tetapi juga daerah-daerah lain di Indonesia. Kami melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara online melalui media video *conference* via *Google Meet*. Abdimas atau pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan secara daring atau online ini masih tetap mengusung metode abdimas konvensional yaitu *sharing knowledge* kepada para UMKM dan memberikan solusi atas permasalahan-permasalahan yang dikeluhkan UMKM. Harapannya, ADI sebagai komunitas dosen-dosen Indonesia, mampu menjawab problem masyarakat oleh para sivitas akademika melalui program pengabdian. Agar program PKM tepat sasaran, seyogyanya pihak pemerintah daerah melalui Bappeda melakukan koordinasi tentang peta masalah yang

dihadapi masing-masing daerah dan memiliki SDM unggul dapat ikut serta berpartisipasi membangun daerah berdasarkan keilmuan yang dimiliki para dosen, baik bidang keagamaan, pendidikan, hukum, psikologi maupun sosial, serta sains dan teknologi.

Dengan selesainya buku Pengabdian kepada Masyarakat, diharapkan adanya masukan, saran dan juga kritik dari para pembaca agar buku ini menjadi lebih baik.

Jakarta, Mei 2020
SAVVY Project Manager

Diana Novita, ST, MM
NIDN. 0305097802

DAFTAR ISI

Universitas

Esas Unggul

Ucapan Terima Kasih.....	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii

BAB 1

Purwacarana	1
-------------------	---

BAB 2

Profil UMKM	3
-------------------	---

BAB 3

Penerapan Hiegiene dan Sanitasi pada Bisnis Kuliner Online di Masa Pandemi dalam Mempertahankan Perekonomian Keluarga	7
---	---

BAB 4

Tingkat Kesadaran Hukum Berdasarkan Nilai-Nilai Pancasila di Pengaruhi Masa Pendermic Covid 19, UMKM Harus Mendaftarkan Merek, Optimis Bangkit Ekonomi Indonesia	27
--	----

BAB 5

Inovasi Produk Bagi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 Berdasarkan Sudut Pandang Hukum dan Demokrasi	47
---	----

BAB 6

Perlindungan Hukum Terhadap UMKM Khususnya Pedagang Kaki Lima (PKL) Kota Surabaya dalam Hal Pengurusan Izin di Masa Pendermic Covid -19	65
---	----

BAB 7	
Aspek Perpajakan pada UMKM di Masa Pandemi Covid-19	89
BAB 8	
9 Cara Jitu Mengembangkan UKM (Usaha Kecil Menengah)	109
BAB 9	
Pemasaran Produk yang Masif, Cepat, Low Cost.....	117
BAB 10	
Pembiayaan dan Pemodalán UMKM di Masa Pandemi Covid-19.....	135
Tanda Tangan Peserta Dosen	144
Daftar Absensi Peserta UMKM Pada Kegiatan Abdimas Online	151
Dokumentasi	153
Biografi Penulis	168

BAB I

PURWACANA

Untuk menjadi penulis, yang dibutuhkan hanyalah kemauan keras untuk menulis dan kemudian mempraktikannya, orang yang hanya mempunyai kemauan untuk menulis, namun tidak pernah melakukannya, maka ia sama saja dengan bermimpi untuk memiliki mobil, tanpa ada usaha dan kerja keras untuk memilikinya.

-Stephen King-

Indonesia sebagai negara kepulauan yang besar dan luas ini, tentunya memiliki keragaman budaya, keragaman bermasyarakat, keragaman beragama, keragaman wilayah dan masih banyak sekali keragaman yang ada di negara tercinta ini. Indonesia saat ini termasuk dalam salah satu negara yang termasuk mengalami pandemi Covid-19. Adanya pandemi di negara kita, banyak sekali dampak bagi negara Indonesia terutama dari segi ekonomi penduduknya. Penduduk yang sehari-hari berdagang, kini mulai sepi karena aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah demi mengurangi penyebaran virus Covid-19 tersebut.

Ekonomi masyarakat menurun. Pendapatan harian makin tidak bisa terduga lagi. Di satu sisi, peraturan pembatasan yang dicanangkan pemerintah memberikan beban hidup yang makin berat bagi masyarakat. Pengeluaran rutin tidak berkurang.

Kondisi seperti ini yang menjadikan perekonomian masyarakat menengah ke bawah semakin sulit dan mereka mencoba bertahan di tengah serbuan pandemi Covid-19 ini. Di dalam buku ini, kami ingin membicarakan tentang para masyarakat bawah yang berprofesi sebagai pedagang mencoba bertahan hidup di dalam keterpurukan pandemi Covid-19 dengan mengangkat permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana para UMKM dapat bertahan di tengah himpitan pandemi Covid-19 ?
2. Bagaimana caranya dagangan selalu laku dan ramai ?

Dengan menjawab pertanyaan tersebut di atas, membuat kami melakukan kegiatan pengabdian masyarakat secara online pada masyarakat berpenghasilan rendah. Kami menyadari bahwa substansi yang terkandung di dalam buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itulah, kami butuhkan masukan dan kritik atas buku ini. In shaa Allah di kemudian hari akan dapat menjadi buku yang cukup layak untuk menjadi panduan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dijalani di tahun-tahun berikutnya.

BAB 2

PROFILE UMKM

Pengabdian masyarakat kali ini kami jalankan melalui media daring atau online dikarenakan kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan untuk melakukan kegiatan secara tatap muka karena negara kita tengah dihadapkan pada pandemi global, Covid-19. Pengabdian masyarakat kami lakukan secara online menggunakan media video conference yang dirilis oleh Google Meet dengan beberapa pelaku UMKM di wilayah Surabaya. Para UMKM ini merupakan ibu-ibu rumah tangga yang melakukan kegiatan perdagangan di pasar atau di lokasi yang digunakan sebagai kedai atau warung. Tetapi sejak pandemi global ini, terpaksa mereka melakukan kegiatan perdagangan hanya di rumah saja.

Dari hasil wawancara yang kami lakukan sebelumnya sebagai proses pendekatan dan pengenalan permasalahan yang mereka hadapi. Kesimpulan yang kami dapatkan adalah mereka tidak tahu bagaimana proses branding dan inovasi serta packing atas produk-produk mereka sehingga tidak mampu bersaing dengan pedagang rumahan yang terlebih dahulu sudah memahami medan dunia online. Sementara, para UMKM ini, terbiasa di dunia nyata dimana yang mereka hadapi adalah para konsumen yang datang dan mampir ke warung atau lapak mereka di pasar-pasar tradisional.

Melalui media pengabdian masyarakat yang kami lakukan secara online ini, kami harapkan kami dapat memberikan sedikit cercah cahaya bagi mereka agar tetap mampu bertahan di tengah pandemi global yang terjadi saat ini. Pengabdian masyarakat ini kami lakukan dengan tahap-tahap, sebagai berikut:

1. Pencarian dan pengenalan kondisi dan permasalahan UMKM. Proses ini kami lakukan dengan metode interview sebagai pengumpulan datanya.
2. Setelah mengenal dan memahami permasalahan mereka, kami mencoo mendeskripsikan tema dan topik pembahasan yang dapat memberikan mereka solusi atau secercah harapan bagi usaha mereka. Proses ini kami lakukan dengan berdiskusi dan merumuskan tema dan topik bahasan sebagai bagian dari pengantar kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Membuat kesepakatan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan pihak UMKM.
4. Memutuskan waktu dan media online yang akan kami gunakan sebagai bentuk dari implementasi kegiatan pengabdian masyarakat kami ini.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kami kali ini, bisa dikatakan incidental. Karena sifatnya yang tidak lama dari perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan.

Berikut akan kami tampilkan produk-produk yang dihasilkan oleh para UMKM yang mereka coba tawarkan melalui perdagangan konvensional:





8:14

kaosbetaindonesia

57 Postingan 64 Pengikut 346 Mengikuti

Kaos Beta Indonesia
Pakaian (Merek)
Best Price n' Best Material
Produk berkualitas dari SBY
WA 0813 3572 8322
Real Pict 100%
kontak.com/@betaindonesia

Edit Profil Promosi

Baru Size Chart

9:00

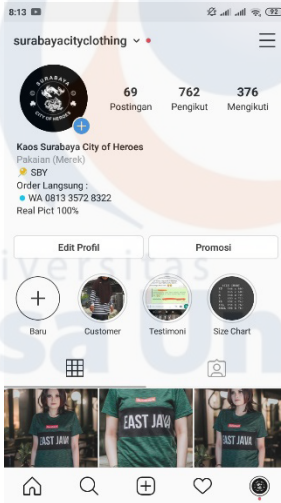
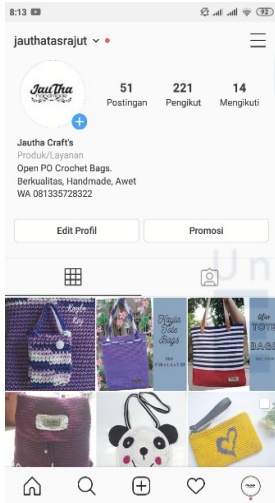
dapurjautha

27 Postingan 23 Pengikut 39 Mengikuti

Dapur Jautha
Produk Layanan
Dapur Jautha Cookies and Drinks
Sinom Rempah, Wedang Secang
WA 081335728322

Edit Profil Promosi

Baru Minuman Segar



BAB 3

PENERAPAN HIEGIENE DAN SANITASI PADA BISNIS KULINER ONLINE DI MASA PANDEMI DALAM MEMPERTAHANKAN PEREKONOMIAN KELUARGA

Amalia¹, Purwanti², Fachrul³, Savitri⁴, Mimi⁵, Karl⁶
¹²³⁴⁵ Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti ⁶ Universitas Mpu Tantular

ABSTRAK

Pakis adalah nama sebuah kelurahan yang terletak di wilayah Kecamatan Sawahan, kota Surabaya, merupakan daerah yang terus berkembang dengan memiliki beberapa UMKM di bidang kuliner. Dikarenakan adanya pandemic Covid 19, ini maka kuliner *online* yang dapat mereka jalankan untuk mempertahankan perekonomian keluarga. Untuk dapat menjangkau dan meningkatkan konsumen, selain cita rasa, perlu diperhatikan hiegiene dan sanitasi dari produk yang diolahnya, sehingga terjamin kebersihan dari produk tersebut. Pelaksanaan kegiatan abdimas ini bertujuan untuk membuka wawasan para pelaku UMKM untuk dapat menjaga hiegiene dan sanitasi produk kuliner. Pelaksanaan Abdimas dilakukan dengan pendekatan

mezzo berupa ceramah dengan pemberian materi hieGINE dan sanitasi melalui *online*, kemudian ada diskusi langsung dan tukar gagasan untuk dapat menjaring konsumen baru dan menjadikan itu konsumen loyal, sehingga dapat mempertahankan perekonomian keluarga. Kegiatan ini juga dilakukan dengan studi literatur untuk mengetahui dan mengenal daerah tersebut.

Kata Kunci: *Hiegiene*, Sanitasi, Kuliner Online.

PENDAHULUAN

Latar belakang

2020 adalah tahun yang menyedot perhatian dunia. Ini berawal dipengujung tahun 2019, Bermula dari suatu daerah di dataran Cina yang di kenal sebagai kota Wuhan. Berjangkitnya suatu penyakit saluran pernafasan akut yang disebabkan oleh micro organisme yang kita kenal sebagai virus “Corona”. Selanjutnya virus ini menyebar kesegenap penjuru dunia. Dia menjangkiti seluruh dunia. Virus ini selanjutnya disebut sebagai Covid 19 (Corona Virus Diasease 19).

Penyebarannya yang menjaral keseluruhan dunia mampu melemahkan bahkan mematikan segenap sendi kehidupan., terutama di bidang perkonomian dan sosial. Dunia seolah bersepakat untuk bersama sama “menyatakan perang” terhadap covid 19, dan dunia bersepakat untuk menyatakan Covid 19 sebagai *Pandemi*.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak terhindar dari dahsyat pandemi Covid 19. UMKM harus “menelan” pil pahit tanpa ada pengecualian. Banyak sudah pelaku usaha berskala UMKM yang bertekuk lutut terpapar pandemi covid 19. Sementara yang bertahan harus survive.

UMKM adalah salah satu faktor pendukung sektor ekomoni, dan dapat dijadikan pilihan dalam membangun ekonomi berbasis kerakyatan. Karena mampu menjangkau jauh sampai ke akar rumput. Berjalannya waktu, UMKM memberikan sumbangan yang sangat signifikan untuk meningkatkan daya saing perekonomian bangsa. Sehingga tidak heran, UMKM

menempati posisi strategis dalam setiap pengambilan kebijakan di sektor perekonomian di saat pandemi ini. Akibat kondisi ini, banyak pelaku bisnis di berbagai sektor mengalihkan penjualan ke ranah online yang disebut juga bisnis online.

Kegiatan bisnis online merupakan bagian dari masyarakat informasi. Manuel Castells dalam bukunya yang berjudul *Information Age: Economy, Society and Culture* menyebutkan akan kemunculan sebuah ekonomi, masyarakat dan kultur baru yang ditinjau dari aspek revolusi teknologi informasi, seperti komputer, internet dan lain sebagainya (Ritzer & Goodman, 2008) dalam Sugihartati (2010: 13).

Hampir semua sektor penjualan dapat dilakukan secara online, salah satu yang dapat dijadikan bisnis online adalah bisnis kuliner. Kuliner, yang sangat akrab dengan urusan perut/lambung, selera dan rasa. Selain sebagai kebutuhan primer sehari-hari dalam kehidupan manusia, kuliner saat ini sudah menjadi pola hidup dan bahkan gaya hidup bagi sebagian masyarakat. Sebelum pandemic, sangatlah tidak heran bila disetiap sudut kota, dapat menemukan tempat untuk memenuhi kebutuhan makan. Para pelaku usaha kuliner berlomba-lomba menawarkan kepuasan kepada para pelanggan. Kuliner menjadi satu pilihan dalam usaha. Kuliner menjelma menjadi primadona sebuah usaha dalam perekonomian keluarga.

Dikarenakan adanya pandemic Covid 19 ini, para pelaku kuliner offline, melakukan transformasi menjadi kuliner online. Saat ini, kuliner online mulai banyak diminati oleh para pengusaha kecil, atau yang terdaftar dalam UMKM, adanya perkembangan pasar di internet sendiri membuat para pebisnis memasarkan produknya melalui online. Menjalankan bisnis kuliner sendiri bukanlah persoalan mudah, ada kalanya pelanggan sepi dan beralih ke produk lainnya. Salah satu kiat yang dapat mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke produk lain, adalah dengan adanya *Penerapan Hygiene dan Sanitasi pada Bisnis Kuliner Online di Masa Pandemi dalam Mempertahankan Perekonomian Keluarga*.

Bisnis di bidang kuliner ini, harus memenuhi hygiene dan sanitasi yang dilakukan sesuai cara pengolahan makanan yang baik menurut Permenkes RI No. 1096/MENKES/PER/VI/2011 tentang hygiene dan sanitasi jasa boga. Hygiene dan sanitasi adalah upaya untuk mengendalikan faktor resiko terjadinya kontaminasi terhadap makanan, baik yang berasal dari bahan makanan, orang, tempat dan peralatan agar aman dikonsumsi. Sehingga tujuan utama Hygiene dan Sanitasi yaitu mencegah kontaminasi makanan oleh bakteri dan mencegah perkembangan bakteri, sehingga membahayakan Kesehatan konsumen yang memakannya.

Pakis adalah nama sebuah kelurahan yang terletak di wilayah Kecamatan Sawahan, letaknya di kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Kelurahan Pakis ini memiliki jumlah pelaku usaha kecil menengah (UKM) telah mencapai 23 kelompok dengan berbagai jenis usaha barang maupun jasa serta sajian kuliner pun turut memberi warna Sentra UKM (Infopublik Surabaya 2018).

Identifikasi Permasalahan

Identifikasi masalah ini, dapat dipaparkan sebagai berikut:
Belum diketahuinya penerapan standar hygiene dan sanitasi pada bisnis kuliner online

Perumusan Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dirumuskanlah permasalahannya, adalah:

1. Apa saja bisnis kuliner online yang mereka tawarkan?
2. Bagaimana penerapan standar hygiene dan sanitasi pada bisnis kuliner online?

Tujuan

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan perumusan permasalahan diatas, maka tujuan khusus dari Abdimas ini adalah ingin menerapkan hygiene dan sanitasi pada bisnis kuliner online sehingga mencegah kontaminasi makanan

dari bakteri dan mencegah perkembangbiakan bakteri yang membahayakan para konsumen yang membeli kuliner tersebut. Apabila penerapan hygiene dan sanitasi dilakukan dengan prosedur yang benar, maka dengan adanya bisnis kuliner online, usaha mempertahankan perekonomian keluarga di masa Pandemi dapat berjalan dengan baik dan lancar.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Hiegiene dan Sanitasi

Higiene adalah upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihana individu subyeknya. Senitasi adalah salah satu usaha pencegahan yang menitikberatkan kegiatan dan tindakan yang perlu untuk membebaskan makanan dan minuman dari segala bahaya yang dapat mengganggu atau merusak kesehatan, mulai dari sebelum diproduksi, selama dalam proses pengolahan, penyimpanan, pengangkutan sampai siap untuk dikonsumsi masyarakat atau konsumen. (Isnawati, 2012).

Hygiene adalah upaya Kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan suyeknya seperti kebersihan piring, membuang bagian makanan yang rusak untuk melindungi keutuhan makanan secara keseluruhan (Depkes RI, 2004).

Sanitasi adalah cara pengawasan masyarakat yang menitikberatkan pada pengawasan terhadap faktor lingkungan yang mempengaruhi kesehatan masyarakat". Dengan adanya penerapan hygiene dan sanitasi di laboratorium diharapkan siswa mampu menerapkan teori yang telah diperoleh mengenai hygiene dan sanitasi pada saat pembelajaran praktik. (Yuli, 2016).

Sanitasi memiliki arti yang mirip dengan hygiene. Hanya saja bedanya jika hygiene fokus pada aktivitas manusia, jika sanitasi fokus ke lingkungan manusia, sebagai contohnya yaitu tersedianya air bersih untuk cuci tangan sebelum dan sesudah makan. Menurut WHO, sanitasi merupakan salah satu usaha untuk mengawasi faktor- faktor yang berasal dari lingkungan fisik yang akan berpengaruh kepada manusia, terutama hal-hal yang dapat memberikan efek merusak perkembangan fisik,

kesehatan dan kelangsungan hidup. (Dini Rahmadhani,2017).

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas maka higiene merupakan aspek yang berkenaan dengan kesehatan manusia atau masyarakat yang meliputi semua usaha serta kegiatan untuk melindungi, memelihara, dan mempertinggi tingkat kesehatan jasmani baik perorangan maupun kelompok masyarakat. Higiene bertujuan untuk memberikan dasar kehidupan yang sehat bagi seluruh aspek kehidupan.

Sedangkan sanitasi merupakan keseluruhan upaya yang mencakup kegiatan atau tindakan yang perlu dilakukan untuk membebaskan hal-hal yang berkenaan dengan kebutuhan manusia, baik berupa barang atau jasa.

Bisnis Online

Kehadiran teknologi yang ditanamkan pada berbagai jenis perangkat bergerak seluler, tentu semakin membuat media sosial semakin mudah diakses secara *mobile* oleh pengguna telepon genggam. Ini yang membuat media sosial akhirnya masuk dalam bidang marketing, termasuk di dalamnya kegiatan berbisnis secara online dengan menggunakan media sosial tersebut. (R. Agus, 2016).

Memulai bisnis online tidak jauh berbeda dengan bisnis offline, yang membedakannya hanya pada cara memasarkan produknya. Jika pelaku bisnis offline memasarkan produk atau jasa dengan bertemu langsung atau adanya tatap muka kepada konsumennya, maka pada bisnis online konsumen dapat melakukan pembelian produk melalui jarak jauh tanpa harus bertemu langsung dengan penjualnya. Tentu kemudahan konsumen untuk membeli produk seperti ini terjadi dengan bantuan internet, memberikan keuntungan besar bagi para pelaku bisnis online. Akan hal ini membuat banyak orang yang tertarik mencoba peruntungan dengan menjalankan bisnis melalui internet. (Nasution: 2015).

Kuliner

Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan dari lauk-pauk, panganan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kata kuliner merupakan unsur serapan Bahasa Inggris yaitu *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak.

Makanan tradisional atau kuliner lokal adalah jenis makanan yang berkaitan erat dengan suatu daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya tanpa mengurangi atau menambahkan apa yang sudah digariskan (Agnes, 2017). Kegiatan makan yang dikonstruksi media, dapat disandingkan dengan penjelasan mengenai makanan dan kuliner. Pengertian kuliner sendiri muncul dalam ranah pariwisata. Menurut Kivela dan Crotts (2016) yang saya kutip dari tulisan Ranteallo dan Adilolo, kuliner adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan makanan dalam konteks gastronomi seperti makanan khas suatu negara atau daerah. (Hugo, 2018). Sehingga dapat diambil pengertian bahwa penggunaan istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam kegiatan, seperti seni kuliner yaitu seni persiapan, memasak dan penyajian makanan, biasanya dalam bentuk makanan.

Surat Edaran BPOM

Guna memastikan ketersediaan pangan olahan yang aman dan bermutu selama pandemi Covid-19, Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) merilis pedoman produksi dan distribusi pangan olahan, yaitu:

Pedoman Pencegahan Covid-19 dalam Produksi dan Distribusi Pangan Olahan

Pedoman ini berisi segala aspek pencegahan penyebaran Covid-19 di sarana produksi dan distribusi pangan olahan. Itu mencakup sanitasi, higiene dan kesehatan personel. Serta penerapan pembatasan jarak fisik (*physical distancing*), sesuai protokol pencegahan yang ditetapkan pemerintah.

Point-point penting dalam pedoman yang dikeluarkan BPOM tersebut antara lain:

Sanitasi Pangan atau Food Hygiene

Sanitasi pangan merupakan upaya untuk menciptakan dan mempertahankan kondisi pangan yang sehat dan higienis yang bebas dari bahaya cemaran biologis, kimia, dan benda lain. Dalam rangka memenuhi ketentuan kebijakan pemerintah terkait pencegahan risiko penyebaran Covid-19 serta untuk penjaminan keamanan dan mutu pangan, maka praktik sanitasi pangan berikut harus dilakukan:

Penerapan Cara yang Baik/Good Practices Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB) dalam produksi pangan olahan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Untuk pangan olahan tertentu, penerapan cara yang baik juga dilaksanakan sesuai ketentuan antara laini Cara Produksi yang Baik untuk Pangan Steril Komersial.

Higiene Karyawan Penerapan pola hidup bersih dan sehat sangat penting dilakukan oleh setiap karyawan. Harus ditekankan untuk sering cuci tangan menggunakan sabun selama paling sedikit 20 detik, terutama setelah berada di tempat umum, kamar kecil, meniup hidung, batuk, atau bersin.

Desinfeksi sangat membantu kematian virus COVID-19 yang lebih cepat Virus korona manusia lainnya telah terbukti peka terhadap klorinasi dan desinfeksi dengan sinar ultraviolet (UV).

Pengolahan limbah yang aman Menurut WHO, hingga saat ini, belum ada bukti bahwa virus Covid-19 dapat ditransmisikan melalui sistem pembuangan/air kotor dengan atau tanpa pengolahan air limbah. selain memenuhi persyaratan fasilitas dan penanganan limbah sesuai cara produksi pangan olahan yang baik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Personel

Prinsip higiene dan kesehatan personel dilakukan dengan mengacu pada cara produksi pangan olahan yang baik, dimana setiap karyawan harus memantau kesehatan dirinya pribadi secara sukarela. Karyawan yang tidak sehat dilarang

masuk bekerja. Jika mereka memiliki gejala seperti demam, batuk, ataupun sakit pernapasan, mereka harus mengikuti saran pemerintah dengan tinggal di rumah atau ke sarana pelayanan kesehatan jika diperlukan. Pelaku usaha pangan juga diharapkan memiliki prosedur khusus untuk monitoring kesehatan pegawai, misalnya melakukan pendataan terhadap suhu dan gejala secara berkala.

Praktek Higiene dan Sanitasi Ini Antara Lain Meliputi:

Pengecekan suhu badan dan kondisi kesehatan karyawan, termasuk indikasi adanya gejala gangguan kesehatan terutama di area akses masuk utama, kantor, gudang, pabrik, dan/atau parkir; mencuci tangan dengan sabun dan cara yang benar selama minimal 20 detik (terutama setelah dari toilet, sebelum makan, setelah bersin dan/atau batuk, dan sebelum menyentuh area wajah);

- menggunakan cairan pembersih tangan (*hand sanitizer*), jika tidak memungkinkan mencuci tangan dengan sabun; dan
- menggunakan sarung tangan jika diperlukan.

METODE PELAKSANAAN ABDIMAS

Bab ini membahas metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat:

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk pemecahan permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berdampak akibat dari wabah pandemik virus Covid-19 yang mengharuskan masyarakat lebih banyak beraktivitas di rumah, yang mana selain telah banyaknya menggunakan cara *on-line* namun bagaimana menjamin bahwa produk kuliner yang dipesan dan dikirim sampai kepada konsumen itu dipercaya telah diproses secara baik dengan menerapkan konsep Produk Kuliner yang Higiene dan sanitasi Oleh karena itu usaha dilakukan dengan beberapa pendekatan yang dilakukan yaitu:

1. Berbasis Kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan kepada masyarakat dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media belajar dan pendampingan, perencanaan dan memonitor dan evaluasi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat.
2. Komprehensif, seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan terkait dengan SDM, bahan baku, proses produksi yang memenuhi syarat higienis dan sanitasi.

Selanjutnya metode pendekatan di atas menggunakan Pendekatan mezzo, yaitu pendekatan dilakukan terhadap kelompok UMKM dengan menggunakan pendekatan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan, pelatihan, dinamika kelompok biasanya digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan serta sikap-sikap kelompok agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapi. (A Mustika dan Savitri:2019).

Diimplementasikan dalam 4 (empat) tahapan yaitu (1) sosialisasi, (2) peningkatan kompetensi, (3) produksi atau pelaksanaan kegiatan serta (4) monitoring dan evaluasi yang di jelaskan pada tabel 3.1 Jenis Kegiatan, Partisipasi Masyarakat, Luaran Kegiatan dan Solusi Permasalahan.

No	Jenis Kegiatan	Partisipasi masyarakat	Luaran Kegiatan	Solusi Masalah
1	Sosialisasi Kegiatan Pengabdian	Sebagai peserta aktif selama pelatihan berlangsung	Peserta dari UMKM memahami tujuan kegiatan	Menggunakan metode motivasi dan melibatkan para pelaku UMKM

2	Pelatihan Teknik proses pembuatan produk kuliner yang Higiene dan sanitasi melalui paparan atau ceramah	Sebagai peserta pelatihan	Peserta yang mengikuti pelatihan menguasai pengolahan produk kuliner yang Higiene dan sanitasi	Menggunakan metode yang tepat sehingga menghasilkan produk kuliner yang Higiene dan sanitasi
3	Pelaksanaan kegiatan	Sebagai Pemilik UMKM	Para UMKM trampil memproduksi produk kuliner dan pengemasan yang hygiene/ sehat	Pelatihan dan pendampingan
4	Monitoring dan Evaluasi	Monitoring dan evaluasi bersama tim PPM	Melakukan monev usaha dengan memvideokan cara memproduksi kuliner	Dilakukan pendampingan terhadap tim monev dari kelompok UMKM yang mengikuti pengabdian

Tabel 3.1 Jenis Kegiatan, Partisipasi Masyarakat, Luaran Kegiatan Dan Solusi Permasalahan

PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Sekilas Mengenai UKM di Kelurahan Pakis

Jumlah pelaku usaha kecil menengah (UKM) di Kecamatan Sawahan Kota Surabaya kini mencapai 23 kelompok dengan berbagai jenis usaha barang maupun jasa. Camat Sawahan Surabaya, M. Yunus mengungkapkan jika di wilayahnya perekonomian warga terus menggeliat dan setiap masing-masing kelompok UKM setidaknya ada sekitar 3-10 orang yang merupakan warga asli kawasan tersebut. Dari 23 UKM, 13 di

antaranya merupakan industri kecil makanan olahan seperti TBM Kawain, olahan bandeng, Jarwo Tempe, Sami Jali, Pangsit Hijau, Cak Mimin (Dian Rujak), UKM Puja (telur asin, botok telur asin), UKM Squel (olahan keripik), UKM Vigts (jamu herbal), Gendis (bumbu pecel), UKM Henrik (olahan semanggi dan es puter) dan olahan minuman dari rumput laut. Sedangkan sisanya produk fashion seperti batik dengan nama UKM Jarak Arum, Alpujabar, Canting Surya, dan Warna Ayu, serta industri bernama KUB Mampu Jaya memproduksi sandal, sepatu dan goody bag, sablon, minyak rambut pomade dan semir. (Infopublik Surabaya 2018).

Di bawah ini merupakan gambar beberapa dari UMKM yang berbisnis di bidang kuliner online, gambar hanya mencantumkan berupa makanan jadi dan makanan olahan para pebisnis, dikarenakan, Abdimas (Pengabdian Masyarakat) focus membahas kebersihan produk kuliner.



Gambar 1. Contoh makanan yang diperjual belikan dalam UMKM di Kelurahan Pakis

Pembahasan

Pada tahap pertama pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan secara online ini, mendengarkan paparan dan penjelasan dari penanggung jawab kegiatan

Abidmas di Kelurahan Pakis, kecamatan Sawahan, Surabaya yaitu ibu Diana Novita, untuk mengetahui potensi UMKM dan pemetaan kebutuhan, di bidang kuliner online untuk dapat mempertahankan perekonomian keluarga di masa pandemi Covid 19.

Tahap kedua diadakan tim FGD (*Forum Group Discussion*) secara online pada kelompok kami, 6 orang (lima dosen dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti dan satu orang dosen dari Universitas Mpu Tantular, yang berlokasi di Jakarta). Hasil dari FGD untuk mempertahankan perekonomian keluarga adalah dengan adanya bisnis di bidang kuliner online yang dimana para pebisnis tersebut menjaga hieGINE dan sanitasi mengenai hygiene tenaga kerjanya, sanitasi fasilitas tempat penyimpanan bahan makanan peralatan pengolahan makanan dan wadah makanan jadi, meliputi kondisi wadah makanan saat pengantaran melalui ojek online.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan kegiatan pelatihan Abdimas ini berupa ceramah yang bersifat sosialisasi untuk mengajak para pelaku UMKM bisnis kuliner untuk menerapkan hieGINE dan sanitasi pada produk kuliner online. Karena adanya pandemi ini, maka pelaksanaan Abdimas dilakukan melalui online didepan para pelaku binis UMKM bidang kuliner online, dan berbarengan dengan para narasumber dari kelompok lain yang berbeda topik pelatihannya.

Materi yang Diberikan Mencakup

Higiene

Sudah dijelaskan diatas bahwa hygiene itu meliputi aktivitas manusianya, yaitu

1. Kesehatan dan Pengetahuan Tenaga Kerja

Tenaga kerja pada bisnis kuliner disebut juga dengan penjamah makanan, Adapun persyaratan menjadi seorang penjamah makanan adalah:

- a. Tidak sedang menderita penyakit infeksi apapun (kulit, paru-paru, saluran pencernaan, dan lain sebagainya). Bukan *carrier* dari suatu penyakit infeksi.

- b. Mengetahui tentang higiene, misalnya membersihkan badan dan pakaian sebelum menyentuh bahan makanan, menggunakan sabun serta air hangat dalam membersihkan benda-benda yang berhubungan dengan makanan, mencuci tangan segera setelah keluar dari kamar kecil, tidak meludah, tidak bersin, tidak batuk atau merokok Ketika mengolah makanan, menggunakan tutup mulut, hidung dan tutup kepala dan lain sebagainya. (Atmoko 2017).

2. Cara Pengolahan Makanan

- a. Penjamah makanan dalam mengolah makanan harus memperhatikan higiene makanan yang harus dicuci terlebih dahulu dengan air bersih.
- b. Memasak dalam porsi yang sesuai dengan pesanan, karena makanan yang dimasak sesuai pesanan dapat langsung diantar ke konsumen, sehingga tidak memerlukan waktu lama untuk menyimpan makanan tersebut.
- c. Bila suatu negara yang sebagian besar adalah Muslim, hal yang harus diperhatikan adalah kehalalan dari suatu produk makanan yang dikonsumsi. Makanan halal perlu diperhatikan bila untuk dijadikan wisata kuliner. (Mustika dan Ahmadi:2018). Apalagi bila makanan tersebut yang bahan mentahnya dari luar negeri, maka label halal pada makanan atau produk dari luar negeri sangat penting. (Fachrul dkk; 2019)

Sanitasi

Mengenai sanitasi, merupakan fokus ke lingkungan manusia.

1. Tempat Penyimpanan Bahan Makanan

- a. Penyimpanan bahan makanan bertujuan untuk mencegah bahan makanan agar tidak cepat rusak. Salah satu contoh tempat penyimpanan makanan yang baik adalah lemari es atau freezer. Freezer sangat membantu di dalam penyimpanan bahan makanan jika dibandingkan dengan tempat penyimpanan lain seperti lemari

makan atau laci-laci penyimpanan makanan. *Freezer* tidak mengubah penampilan, cita rasa dan tidak pula merusak nutrisi bahan makanan yang disimpan selama batas waktu penyimpanan. (Atmoko 2017).

- b. Penyimpanan sejuk (*cooling*), yaitu penyimpanan dengan suhu 10OC-15OC untuk jenis minuman, buah, es krim, dan sayuran. Penyimpanan dingin (*chilling*), yaitu penyimpanan dengan suhu 4OC-10OC untuk bahan makanan yang berprotein yang akan segera diolah kembali. Penyimpanan dingin sekali (*freezing*), yaitu suhu penyimpanan dengan suhu 0OC-4OC untuk bahan protein yang mudah rusak untuk jangka waktu sampai 24 jam. Penyimpanan beku (*frozen*), yaitu penyimpanan dengan suhu <0OC untuk bahan makanan protein yang mudah rusak untuk jangka waktu >24 jam. (Rahmadhani dan Sumarmi: 2017)

2. Peralatan Pengolahan Makanan

Sanitasi peralatan pengolahan makanan adalah kebersihan semua peralatan yang digunakan dilihat dari proses pencucian peralatan pengolahan makanan dan penggunaan peralatan satu kali pakai seperti sumpit, sendok dan garpu (dengan air bersih, sabun, lap kering bersih). Pencucian peralatan menggunakan sabun dapat membunuh kuman-kuman yang menempel pada peralatan. (Suherman dkk: 2013).

3. Wadah Atau Tempat Makanan Jadi

- a. Dalam proses penyajian makanan, maka penyajian makanan yang menarik, wadah yang bersih, dan tertutup, menjadi tuntutan konsumen.
- b. Bila makanan tersebut dapat disimpan oleh konsumen, makan harus menampilkan *expired time* di setiap makanan yang disajikan sehingga pembeli dapat memperhitungkan batas waktu makanan dapat dimakan.
- c. Jika gambar makanan yang dipromosikan kurang menarik, terlihat kurang bersih, serta tidak tertutup, bisa jadi konsumen tidak jadi memilih makanan yang dijual secara online. Penggunaan photo kreasi meng-

gunakan PicsArt dapat dijadikan pilihan untuk mengkomunikasikan ketiga aspek penting dalam penyajian tersebut dengan cara membuat slogan pada gambar produk, seperti ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Penulisan slogan menggunakan PicsArt

4. Kondisi wadah makanan saat pengantaran melalui kurir atau ojek *online*
 - a. Kualitas makanan yang diantar harus terjaga, sehingga terlindungi dari debu, bahan kimia yang berbahaya, serangga dan hewan.
 - b. Bila mempunyai kurir tersendiri, maka harus mendesain tas khusus untuk membawa makanan, bila yang mengantar adalah ojek online, mereka telah memiliki tas thermal yang didesain untuk menjaga kualitas makanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Pada masa pandemi Covid 19 saat ini, para pelaku bisnis UMKM di Kelurahan Pakis, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya ini banyak melakukan inovasi untuk kelangsungan bisnisnya seperti melakukan usaha bisnis *online* untuk memasarkan berbagai jenis produknya.

2. Banyak pelaku bisnis UMKM di sana yang belum mengetahui penerapan standar *hygiene* dan sanitasi pada bisnis kuliner *online* yang ditandai dengan belum menguasai teknik pengolahan dan pengemasan yang higienis dan sehat untuk produk kuliner mereka.

SARAN

Berdasarkan tulisan diatas, maka diberikan beberapa saran, yaitu:

1. Para pelaku bisnis UMKM di Kelurahan Pakis, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya harus memperhatikan syarat – syarat *hygiene* dan kesehatan dalam teknik pengolahan dan pengemasan yang higienis dan sehat untuk produk kuliner mereka. Juga menggunakan sarung tangan dan masker untuk menutup hidung serta selalu membersihkan tangan dengan menggunakan *hand sanitizer*.
2. Para kurir atau ojek *online* yang bertugas mengantarkan produk UMKM tersebut hendaknya juga harus menjaga dan memperhatikan kebersihan wadah makanan saat mengantar makanan tersebut kepada konsumen atau pelanggan, seperti dengan menggunakan sarung tangan dan masker untuk menutup hidung serta selalu membersihkan tangan dengan menggunakan *hand sanitizer*.

DAFTAR PUSTAKA

- A Mustika, M. Achmadi. 2018. *Teenagers Perception Of The Halal Food (As An Option For Culinary Tourism)*. 3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018). UPI, Bandung
- A Mustika , S. Hendradewi , *Pemberdayaan Guru Dalam Pengenalan Homestay Di Bengkulu.*, Visioner : Jurnal Penelitian Komunikasi Volume 1,Nomor 1, April 2019 Hal 127-132 ISSN 2684-8783 (Online)
- Atmoko, T. Prasetyo Hadi. 2017. *Peningkatan Higiene Sanitasi Sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan Dan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Dhamar Palembang*. AKPAR

- Yogyakarta. Jurnal Khasanah Ilmu - Volume 8 No. 1 - 2017
- khasanah.bsi.ac.id
- Baktiono. R. Agus, I Putu Artaya. 2016. *Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical*, e-Jurnal Manajemen KINERJA (2016) Vol 2 No 2 (2016)
- FH Habibie, A Mustika, L Ningrum, 2019., *Halal Label: Is It Important On Foreign Food Product?* International Journal of Innovative Science and Research. Volume 4, Issue 11, November - 2019 Technology ISSN No:-2456-2165
- Isnawati,(2012), *Hubungan Higiene Sanitasi Keberadaan Bakteri Coliform Dalam Es Jeruk Di Warung Makan Kelurahan Tembalang Semarang*. Universitas Diponegoro, Jurnal Kesehatan Masyarakat, Volume 1 Nomer 2, Tahun 2012.
- Nasution, M. Irwan Padli., 2015., *Masalah dan Solusi dalam Bisnis Online.*, Research Gate., Book · November 2015
- Prabangkara, Hugo S. 2018. *Kuliner Yogyakarta, Dari Identitas Ke Komoditas*, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Lensa Budaya, Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Budaya, Vol,13, No.2 2018
- Purwaning Tyas, Agnes Siwi .2017. *Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris*. Jurnal Pariwisata Terapan Vol 1 No 1 2017
- Puspitasari, Yulia, Siti Mariah. *Penerapan Higiene Dan Sanitasi Di Laboratorium Tata Boga*. Universitas Sarjanawiyat Taman siswa: Jurnal Ilmiah Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Vol 2 No 2 2016
- Rahmadhani, Dini Sri Sumarmi. 2017. *Gambaran Penerapan Prinsip Higiene Sanitasi Makanan Di PT Aerofood Indonesia, Tangerang, Banten: Amerta Nutrisi*. Vol 1 No 4.2017
- Septiani,P.C., dan Ririn Armingsih Wulandari.2020. *Gambaran Higiene Sanitasi Makanan dan Penerapan Prinsip Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) di Unit Instalasi Gizi Rumah Sakit X*. Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Jurnal Nasional kesehatan Lingkungan Global,vol.1(1),hal.55.
- Sugihartati, Rahma dan Mutia, Fitri. 2010. *Masyarakat &*

- Perpustakaan di Era Revolusi Informasi*. Surabaya : Departemen Informasi Dan Perpustakaan Universitas Airlangga
- Suherman, Aisyah Puspitasari, Ruslan La Ane, Erniwati Ibrahim., 2013., *Praktik Hygiene Penjamah Dan Sanitasi Peralatan Makanan Jajanan Anak Sekolah Dasar Pada Sd Di Kel. Antang Kec. Manggala Kota Makassar.*, Bagian Kesehatan Lingkungan FKM Unhas, Makassar., JURNAL MKMI, Juni 2013, hal 103-108
- Yulia. 2016. *Higiene Sanitasi Makanan, Minuman, dan Sarana Sanitasi terhadap Angka Kuman Peralatan Makan dan Minum pada Kantin*. Poltekkes Kemenkes Pontianak. *Jurnal Vokasi Kesehatan*, vol.2(1), hal.55

Sumber Lain:

- BPOM. *Pedoman Pencegahan Covid-19 Dalam Produksi Dan Distribusi Pangan Olahan*, Surat Edaran Nomor: Hk.02.02.1.2.04.20.12 Tahun 2020
- Info Publik Online. 2018., *Kecamatan Sawahan Kota Surabaya Miliki 23 Kelompok UKM Surabaya Rabu*, 7 Maret 2018 | 13:48 WIB.
http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis_online
<https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kuliner>
<http://standarpangan.pom.go.id/dokumen/Pedoman-Pencegahan-Covid-19-Dalam-Produksi-dan-Distribusi-Pangan-Olahan.pdf>
- Permenkes RI No. 1096/MENKES/PER/VI/2011



gggul



Universitas

Esa Unggul



gggul



Universitas

Esa Unggul

BAB 4

TINGKAT KESADARAN HUKUM BERDASARKAN NILAI-NILAI PANCASILA DI PENGARUHI MASA PENDEMIC COVID 19, UMKM HARUS MENDAFTARKAN MEREK, OPTIMIS BANGKIT EKONOMI INDONESIA

*Sitinah¹, Sitti Wardiningsih², Niru Anita Sinaga³
Danggur Konradus⁴, Sangga Sinambela⁵
¹⁴⁵Univ. Mpu Tantular, ²ISTN, ³UNSURYA*

PENDAHULUAN

Indonesia dan masyarakat kaget dan terhentak dengan munculnya Coronavirus yang mematikan. Hal ini di ketahui setelah Presiden Jokowi mengumumkan bahwa telah ditemukannya 2 kasus WNI yang terjangkit Virus Corona di Indonesia pada Senin, 3 Maret 2020. World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa Coronaviruses (Cov) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus Corona adalah zoonotic yang artinya ditularkan antara hewan dan manusia. Berdasarkan Kementerian Kesehatan Indonesia, perkembangan kasus

COVID-19 di Wuhan berawal pada tanggal 30 Desember 2019 dimana Wuhan Municipal Health Committee mengeluarkan pernyataan “urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause”. Penyebaran virus Corona ini sangat cepat bahkan sampai ke lintas negara. Sampai saat ini terdapat 93 negara yang mengkonfirmasi terkena virus Corona. Salah satu negara yang terkena dampaknya adalah Indonesia. Di Indonesia sendiri sampai jumat 17 april 2020 terdapat 5.923 kasus konfirmasi dengan jumlah kematian 520 kasus dan 607 kasus sembuh dan 4.796 kasus berada dalam dalam perawatan.

Oleh pemerintah Virus corona ini ditetapkan sebagai bencana nonalam, sebagaimana hal ini dijelaskan dalam Pasal 1 angka 3 UU No. 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, bahwa bencana nonalam sebagai bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau rangkaian peristiwa nonalam antara lain berupa gagal teknologi, gagal modernisasi, epidemi dan wabah penyakit. Dengan diterbitkannya Keputusan Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) No. 13.A Tahun 2020 tentang Perpanjangan Status Keadaan Tertentu Darurat Bencana Wabah Penyakit Akibat Virus Corona di Indonesia menegaskan pula bahwa penyebaran virus corona adalah bencana nonalam berupa wabah penyakit.

Berbagai cara di lakukan oleh pemerintah untuk mencegah penularan virus ini mulai dari phsycal distancing, sosial distancing, lockdown, semi lockdown, hingga yang saat ini sedang berjalan yakni karantina wilayah dan PSBB. Karantina dan pembatasan sosial diatur tersendiri dalam UU No. 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan.

1. Karantina

Adalah pembatasan sosial dan/atau pemisahan seseorang yang terparap penyakit menular sebagaimana ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan meskipun belum menunjukkan gejala apapun atau sedang berada dalam masa inkubasi, dan/ atau pemisahan peti kemas, alat angkut, atau barang apapun yang diduga terkontaminasi dari orang dan/atau barang yang mengandung penyebab penyakit atau sumber bahan kontaminasi

lain untuk mencegah kemungkinan penyebaran ke orang dan/ atau barang disekitarnya. (Pasal 1 angka 6 UU No. 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan). Menurut Pasal 12 Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 1991 tentang Penanggulangan Wabah Penyakit Menular, tindakan karantina dilakukan disarana pelayanan atau ditempat lain yang ditentukan.

Karantina dilakukan baik terhadap penderita penyakit wabah maupun orang sehat. Tindakan terhadap penderita dilakukan tidak hanya ditujukan semata-mata untuk menyembuhkan, tetapi sekaligus untuk mencegah agar penderita tersebut tidak menjadi sumber penularan penyakit dan meluas pada warga masyarakat. Sedangkan tindakan terhadap orang sehat dilakukan agar orang tersebut tidak menjadi sakit dan pembawa penyakit. (Penjelasan Pasal 12 PP No. 40 Tahun 1991 tentang Penanggulangan Wabah Penyakit Menular).

2. Pembatasan Sosial

Pembatasan sosial berskala besar adalah pembatasan kegiatan tertentu dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi. (Pasal 1 angka 11 UU No. 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan). Tindakan pencegahan dilakukan terhadap masyarakat yang mempunyai resiko terkena penyakit wabah. (Pasal 13 PP No. 40 Tahun 1991 tentang Penanggulangan Wabah Penyakit Menular).

“Pembatasan tersebut meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan sosial budaya, pembatasan moda transportasi, dan pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan,”

Istilah PSBB muncul dari Presiden Joko Widodo yang menyebut PSBB sebagai upaya yang harus dilakukan untuk melawan pandemi Covid-19. Ketika itu, Jokowi memimpin rapat terbatas bersama sejumlah menteri via sambungan video pada 30 Maret 2020. “Saya minta pembatasan sosial berskala

besar, physical distancing, dilakukan lebih tegas, lebih disiplin dan lebih efektif lagi. Sehingga tadi juga sudah saya sampaikan perlu didampingi kebijakan darurat sipil,” kata Jokowi ketika itu. kemudian, Selasa 31 Maret 2020, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020. Detail mengenai teknis pelaksanaan PSBB diatur melalui Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) RI Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Merujuk pada Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) RI Nomor 9 Tahun 2020,

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) saat ini sudah diterapkan di 10 wilayah di Indonesia sebagai bagian dari upaya pencegahan virus corona, kabupaten/kota dan provinsi yang telah menerapkan PSBB, yaitu: 1. DKI Jakarta (13 april 2020) 2. Kota Bogor 3. Kabupaten Bogor 4. Kota Depok 5. Kota Tangerang 6. Kabupaten Tangerang 7. Kota Tangerang Selatan 8. Kota Bekasi 9. Kabupaten Bekasi 10. Kota Pekanbaru. Ada beberapa hal yang dilarang dan diperbolehkan selama masa PSBB.

Dilarang:

Kegiatan belajar mengajar di sekolah dan universitas.

1. Kegiatan peribadatan di rumah ibadah.
2. Menutup seluruh fasilitas umum, pusat perbelanjaan, tempat hiburan milik pemerintah
3. maupun umum, taman, balai pertemuan, ruang RPTRA, gedung olah raga dan museum.
4. Kegiatan sosial budaya.
5. Resepsi pernikahan dan pesta khitanan.
6. Berkerumun di luar ruangan maksimal 5 orang.
7. Kapasitas penumpang di kendaraan umum maupun pribadi maksimal 50 persen.
8. Makan di restoran atau tempat makan umumnya. Hanya boleh untuk take away atau dibawa pulang.

Dibolehkan:

1. Sektor kesehatan.
2. Sektor pangan, makanan dan minuman.
3. Sektor energi, seperti air, listrik gas, pompa bensin, itu semua berfungsi seperti biasa.
4. Sektor komunikasi, baik jasa komunikasi sampai media komunikasi itu bisa berjalan.
5. Sektor keuangan dan perbankan, termasuk pasar modal berjalan seperti biasa.
6. Kegiatan logistik distribusi barang itu berjalan seperti biasa jadi ini dikecualikan.
7. Kebutuhan keseharian, retail, seperti warung, toko kelontong yang memberikan
7. kebutuhan warga itu dikecualikan.
8. Sektor industri strategis yang ada di kawasan ibu kota.
9. Delivery barang.

Peraturan untuk kendaraan pribadi, umum dan sepeda motor selama PSBB diberlakukan:

1. Sepeda motor berbasis aplikasi tidak boleh membawa penumpang. Hanya boleh barang dan harus menggunakan masker serta sarung tangan.
2. Sepeda motor pribadi wajib menggunakan masker dan sarung tangan.
3. Kendaraan pribadi dan umum berpenumpang dibatasi 50 persen dari kapasitas.
4. Penumpang dan pengemudi kendaraan pribadi atau umum wajib menggunakan masker.
5. Penumpang kendaraan umum dan pribadi dilakukan pengecekan suhu tubuh.
6. Dilarang berkendara saat suhu naik atau sakit.

Sebenarnya PSBB ini merupakan langkah yang sangat ekstrem untuk dilakukan, karena PSBB pada kondisi saat ini ternyata tidak hanya memiliki dampak kesehatan saja tetapi dampak PSBB karena virus corona bagi perekonomian Indonesia juga tidak kecil. Dikutip dari CNN Indonesia, Menteri Keuangan

Republik Indonesia mengatakan bahwa proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya akan mencapai 2,3%. Bahkan, dalam situasi terburuk, ekonomi bisa minus hingga 0,4%. Penyebab dari hal ini di antaranya adalah turunnya konsumsi dan investasi, baik dalam lingkup rumah tangga maupun lingkup pemerintah. Salah satu yang terkena dampaknya yang paling parah adalah pada sektor UMKM Indonesia dan sektor Pariwisata, oleh karena itu berdasarkan paparan tersebut diatas yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah

PERMASALAHAN

1. Apa itu merek ?
2. Merek seperti apa yang dapat di beri perlindungan sebagai merek terdaftar?
3. Siapa yang berhak mendaftarkan merek?
4. Kapan sebaiknya suatu merek di daftarkan?

PEMBAHASAN

1. Merek bisa jadi merupakan bentuk perlindungan HKI yang paling dekat dengan kehidupan kita sehari-hari. Barang atau jasa apapun yang kita butuhkan lebih sering kita sebut nama dagang nya ketimbang nama generiknya sejak sebelum memulai pagi hari, anda sarapan risoles ditemani secangkir kopi sambil santai membaca koran Kompas online di ipod, baru pergi naik motor menuju kantor, sudah berapa merek yang anda sebut. Merek juga bisa di kenal Brand adalah penanda identitas dari sebuah produk atau jasa yang ada dalam perdagangan, merek jug berperan penting mewakili reputasi tidak hanya produknya saja namun juga penghasilan dari produk dan jasa, Branding dapat menjadi bagian sangat penting dalam pemasaran. Halk Merek adalah bentuk perlindungan HKI yang memberikan hak Eksklusif bagi pemilik merek terdaftar untuk menggunakan merek tersebut siapa yang berhak memakai merek apapun.

2. Merek seperti apa yang dapat diberi perlindungan sebagai merek terdaftar?

Merek di daftarkan di ajukan pemohon pendaftarannya. Di Indonesia dalam hal ini ke Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intektual (DJHKI) dalam hal ini hanya di daftar di Indonesia tidak memiliki perlindungan negara lain Adalah suatu merek yang dapat di daftar harus memiliki daya pembeda dan dipergunakan dalam perdagangan barang / jasa dapat berupa gambar.

- Apakah suatu merek dapat di anggap terkenal atau tidak Merek di lihat dari adanya pendaftaran di sejumlah negara;
3. Siapa yang berhak mendaftarkan merek ? Adalah pemilik UMKM pemegang hak atas merek terdaftar, karena sang pemilik hak tersebut harus memperoleh hak nya melalui kaimnya dalam bentuk pendaftaran di DJHKI suatu merek bebas di pergunakan.
 4. Kapan suatu merek di daftarkan, merek di daftakna sepanjang masih tidak mmeiliki persamaan baik secara keseluruhan maupun pada pokoknya dengan meek milik persamaan baik secara keseluruhan maupun pada pkok dengna merek pihal lain yang telah lebih dahulu di daftar atau duajukan permohonan pendaftaran, hal ini tidak berarti pendaftaran merek tidak time-sensitif sama sekali. Merek juga menganut prinsip first to file, sehingga kelalaian seseorang untuk daftar sesuatu merek untuk barang/jasa yang di perdagangkan. Dapat berakibat ia eduluan orang lain.
 5. Bagaimana tata cara dan prosedur untuk mendaftarkan merek?
Sebelum mengajukan pendaftaran di sarankan menelusur ke data base DJKI. Untuk memperoleh gambaran apakah sudah ada merek yang terdaftar atau lebih dahulu di proses, pendaftaran milik pihak lain yang memiliki persamaan secara keseluruhan atau pada pokoknya, maka segeralah mengajukan pendaftaran merek yang dimaksud.
 6. Dokumen persyaratan yang harus di lengkapi saat mengajukan pendaftaran merek Tanggal penerimaan adalah:

- a. Formulir Pendaftaran Merek yang di buat rangkap dua
- b. Telah di isi lengkap di tanta tangani oleh pemohon atau kuasanya
- c. Membayar biaya pendaftaran Rp. 2.000.000 langsung ke loket DJKI atau dapat melalui Kanwil Kemenkum HAM untuk pendaftaran online.
- d. Pemohon akan dapat Tanggal penerimaan 15 hari seelah tanggal penerimaan, Pemohon akan di umumkan dalam Berita Resmi Merek,
- e. Dimana massa pengumuman akan berlangsung selama 2 (dua) bulan. Selama masapengumuman masyarakat berkesempatan mengajukan keberatan, bahwa merek tersebut dapat di daftar atau di tolak, kemudian pemohon dapat mengajukan sanggahan tas kberatan tersebut, pemohom akan memasuki masa Pemeriksaan Substantif, pemohon di daftar atau tidak, putusan paling lambat 150 (seratus lima puluh hari sejak dimulainya pemeriksian Substintif.

Pendaftaran merek waktu dan biaya

Pemohon pendaftaran sejak tanggal penerimaan hingga tanggal pendaftaran makan waktu 7-9 bulan, hal ini diatur dalam undang-undang merek baru no.20 tahun 2016 tentang merek dan indikasi geografis sebelumnya uuno.15 2001 tentang merek jangka waktu pemrosesan.

1. Berkaitan dengan diberlakukannya PSBB ternyata tingkat kesadaran hukum masyarakat Indonesia masih rendah walaupun saat ini sudah menuju ke arah yang lebih baik. Data yang ada dilapangan menunjukan masih banyak sekali warga negara Indonesia yang tidak patuh akan peraturan tersebut, masih banyak ditemui pelanggaran. Sebagaimana kita ketahui bahwa hal tersebut merupakan salah satu bentuk bela negara yang dilakukan oleh warga negara Indonesia sebagai bagian dari NKRI. Hal ini terlihat berdasarkan hasil temuan di lapangan banyak ditemukan masyarakat yang tidak menggunakan masker saat keluar rumah. Masih

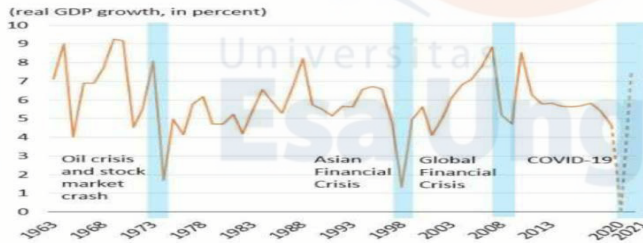
banyak tempat jajanan kaki lima, rumah makan maupun warteg yang masih buka dan masih menyediakan tempat duduk untuk makan di tempat, padahal jelas-jelas hal itu dilarang. Akan tetapi memasuki hari berikutnya sudah mulai ada perubahan terhadap penggunaan masker bagi pengguna jalan, pembatasan jumlah penumpang kendaraan roda empat baik transportasi massal maupun pribadi terus meningkat, tidak terkecuali bagi pedagang kaki lima dan warteg serta rumah makan yang mulai patuh dengan melarang pembeli makan ditempat, jadi hanya boleh pesan dan dibawa pulang, hal ini dilakukan untuk menghindari kerumunan. Walaupun dampaknya bagi para pedagang kaki lima serta pengusaha makanan sangat besar sekali karena menurut mereka dengan diberlakukannya PSBB ini omzet / pendapatan mereka menurun tajam kalau tidak boleh dibilang terjun bebas di cermati hingga saat ini seluruh aparat keamanan terus melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat untuk memutus rantai penularan virus corona. Apabila nantinya masih ditemui kerumunan pihak Kepolisian akan membubarkan massa dengan cara komunikasi persuasif dan humanis dan sampai saat ini belum ada masyarakat yang dikenakan tindakan tegas, sanksinya sangat tegas sebagaimana tercantum dalam Pasal 93 UU Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Keekarantinaan Kesehatan dijelaskan sebagai berikut:

“Setiap orang yang tidak mematuhi penyelenggaraan Keekarantinaan Kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 Ayat (1) dan/atau menghalang-halangi penyelenggaraan Keekarantinaan Kesehatan sehingga menyebabkan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah)”.

2. Ternyata dengan dibarenginya tingkat kesadaran hukum masyarakat terhadap PSBB memberikan dampak yang sangat dahsyat terhadap pelaku UMKM dan pertumbuhan

ekonomi global tahun ini yang diperkirakan akan tumbuh negatif tahun ini. Dana Moneter Internasional atau IMF memperingatkan situasinya bakal lebih buruk dari Depresi Besar alias Great Depression pada 1930an.

Historic fall
The COVID-19 crisis is expected to inflict steep declines in output across Asia.



Source: IMF Staff calculations.

INTERNATIONAL MONETARY FUND

Menurut gambar diatas IMF memproyeksikan bahwa kondisi ekonomi global pernah mengalami resesi di tahun 1973 karena krisis minyak dan penurunan di pasar modal, menyusul tahun 1998 yang merupakan krisis keuangan di Asia termasuk Indonesia yang dampaknya dirasakan sangat signifikan. Tahun 2008 terjadi krisis global yang diawali dengan terpuruknya ekonomi Amerika Serikat, namun krisis tersebut tidak terlalu berdampak bagi perekonomian Indonesia. Hingga bencana Covid ini yang terproyeksi ekonomi global akan mengalami kejatuhan yang luar biasa.

Indonesia sebagai salah satu negara yang terdampak di semua sektor perlu segera menetapkan sebuah kebijakan yang mampu meredakan efek dari pandemi ini. Pemerintah seharusnya lebih fleksibel dalam hal birokrasi menghadapi virus ini, karena Indonesia sedang berhadapan dengan musuh yang tak terlihat. Diproyeksikan pandemi ini akan berimbas pula pada sektor ekonomi dan hal terburuk adalah resesi ekonomi.

Sebelum adanya Covid 19 ini pertumbuhan ekonomi Indonesia diramalkan akan lebih dari 5% dengan mengandalkan investasi dan UMKM. Namun ternyata badai covid 19 datang sehingga Sri Mulyani (2020) selaku menteri keuangan memproyeksikan pertumbuhan ekonomi Indonesia bisa minus 0,4 persen dalam situasi yang paling buruk. Indonesia memang pernah mengalami keterpurukan ekonomi di tahun 1998, namun keadaan saat ini bisa jadi berdampak lebih buruk dibandingkan tahun 1998. Krisis era 1998 mampu diselamatkan oleh sektor riil salah satunya adalah UMKM. Saat itu UMKM merupakan sektor yang paling tangguh dibandingkan dengan sektor moneter. Berbeda dengan kondisi saat ini, semua sektor terkena dampak yang cukup signifikan, termasuk UMKM. Secara khusus, UMKM di sektor makanan dan minuman, serta kerajinan kayu dan rotan akan terkena dampak PSBB secara signifikan. Usaha yang sangat terpukul karena PSBB yaitu:

a. Ojol

Saat sektor UMKM, khususnya makanan-minuman, terkena dampak PSBB, para pengemudi ojol pun mengalami hal serupa. Saat PSBB di DKI Jakarta dimulai, layanan transportasi roda dua tak lagi tersedia karena para mitra tak boleh mengangkut penumpang. Di sisi lain, layanan pengantaran makanan pun berisiko terkena dampak PSBB. Mengacu pada kondisi di sejumlah negara, industri pengantaran makanan menjadi lesu ketika kebijakan karantina diberlakukan.

b. Pedagang Asongan

Para pedagang asongan yang biasanya berkeliling di Ibu Kota untuk menjajakan kopi, minuman manis, rokok, permen, dan sebagainya tak lagi bisa mendapatkan penghasilan. Sepinya DKI Jakarta membuat mereka kehilangan konsumen. Sudah begitu, mereka juga tak bisa bebas berjualan saat PSBB dijalankan.

c. Pekerja Harian Lepas

Para pekerja yang dibayar per hari juga terdampak kebijakan PSBB. Jam kerja mereka terancam dikurangi, yang berarti upah pun menurun.

UMKM yang notabene masyarakat menengah kebawah akan mengalami banyak penurunan. Masyarakat yang biasanya memanfaatkan peran UMKM seperti pedagang kaki lima atau asongan dalam memenuhi permintaan mereka kini dipaksa untuk tetap di rumah dan memilih untuk mengurangi berinteraksi dengan sektor UMKM ini. Tak khayal, pendapatan UMKM pun semakin mengalami penurunan berbanding lurus dengan turunnya jumlah permintaan. Mau tidak mau para UMKM ini harus merugi atau “istirahat” sebentar selama masa pandemi ini. Berbeda dengan UMKM yang melek teknologi, mereka akan memanfaatkan teknologi daring untuk memasarkan produk mereka hingga sampai kepada konsumen.

Langkah yang diambil pemerintah dengan menerapkan PSBB diharapkan mampu menjadi obat yang mujarab bagi ketidakpastian ekonomi yang berimbas resesi ekonomi. Di tengah kondisi ini pelaku UMKM dituntut lebih aktif dalam berinovasi dan memanfaatkan teknologi. Selain itu pemerintah juga telah mencoba untuk memberikan stimulus-stimulus bagi UMKM diantaranya adalah kelonggaran pajak, sehingga kesulitan UMKM bisa diminimalisir.

Kondisi saat ini tentu saja akan memberikan perubahan yang besar bagi perilaku serta kebiasaan manusia. Bukan sesuatu hal yang tidak mungkin ketika nanti virus ini telah berlalu masyarakat lebih mahir dalam menerapkan teknologi yang ada.

Langkah yang harus dilakukan UMKM bertahan pada kondisi Pandemi Covid 19

Para pelaku Usaha saat ini menghadapi tantangan berat di tengah perlambatan ekonomi akibat perang dagang dan pandemi virus corona (Covid-19). Sebelum menghadapi pandemic rata-rata

omset atau pendapatan untuk Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Besar, yang hasilnya adalah sebagai berikut.

Kategori Skala Usaha	Jumlah (unit)	Persentase unit usaha	Total Pendapatan Usaha - harga berlaku (Rp trilyun/tahun)	Persentase Kontribusi thd PDB	Rata-rata pendapatan per unit usaha (Rupiah per tahun)
Mikro	62,106,900	98.70%	4,727.99	34.12%	76,126,646.15
Kecil	757,090	1.20%	1,234.21	8.91%	1,630,202,485.83
Menengah	58,627	0.11%	1,742.44	12.57%	29,720,777,116.35
Besar	5,460	0.01%	5,136.22	37.07%	940,699,633,699.63
Total	62,928,077	100%	12,841	93%	

Pada krisis ekonomi tahun 1998 dan 2008, sektor UMKM memang jadi penopang ekonomi karena mayoritas belum dapat akses finansial dan permodalan sehingga tidak terdampak krisis. Namun saat ini, sektor UMKM justru paling rentan atas imbas virus corona. Omset UMKM Indonesia telah berkurang pada pandemik ini. Untuk tetap bertahan dengan kondisi pandemik Covid-19 UMKM perlu melakukan beberapa langkah berikut:

1. *Cash Is king*

Memperbesar posisi dana tunai adalah pilihan yang tepat dalam kondisi saat ini. Memiliki sejumlah uang kas membantu untuk menjalani kebutuhan sehari-hari. Mulai dari kebutuhan belanja, beli bensin, bayar listrik, uang sekolah, uang jajan, hingga membayar sumbangan. Semua ini merupakan kebutuhan yang perlu dibayar tunai dan jangan sekali-kali berpikir untuk menggunakan kartu kredit sehingga harus membayar biaya lebih akibat terkena bunga pinjaman. Ini merupakan kebutuhan yang perlu disisihkan dari pendapatan dan sudah pasti terjadi setiap bulannya.

2. **Beradaptasi dan Berinovasi**

Manfaatkan media sosial sebagai channel utama pemasaran. Di tengah himbuan menjaga *social distancing*, media sosial dapat menjadi salah satu cara dalam mempromosikan produk atau usaha yang dimiliki. UMKM di Indonesia dapat saling membantu usaha satu sama lain mulai dengan aktif menceritakan produk atau usaha, memberikan promo, hingga minta bantuan teman untuk promosikan usaha.

3. Bertahan dan Bangkit

Tak hanya bisnis skala besar, bisnis skala kecil sebut saja UMKM hingga bisnis rumahan juga mengalami hal yang sama. Beberapa di antaranya bahkan sudah merumahkan karyawan dan bersiap gulung tikar. Meski berada di kondisi sulit, sejatinya ada beberapa kebutuhan yang harus tetap dipenuhi. Bank Sentral telah mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 14/22/PBI/2012 tanggal 21 Desember 2012 tentang Pemberian Kredit oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. PBI tersebut mengamanatkan kepada bank agar pada tahun 2015 memberikan porsi kredit sekurang-kurangnya 5% kepada UMKM dari total kredit atau pembiayaan yang dikucurkan. Bahkan pada tahun 2018 rasio kredit atau pembiayaan terhadap UMKM ditetapkan paling rendah 20% dari total kredit atau pembiayaan. Kemudian dari sisi kualitas, pelaku perbankan harus memahami profil bisnis UMKM secara lebih mendalam sehingga penyaluran kredit tepat sasaran dan menghasilkan kredit yang berkualitas baik dan lancar. Beranjak dari tujuan itulah UMKM dapat menyesuaikan kebutuhan ekonomi dengan kebijakan yang telah diberikan untuk pengembangan usaha, pastinya juga dengan kondisi yang dialami saat ini akan terkendala pembayaran maka dapat mengajukan pengajuan atau penangguhan pinjaman sementara pada masa pandemic ini.

4. UMKM serta Bisnis yang Lain Memang Tak Bisa Tinggal Diam

Meski bisnis tergerus, peluang mencari pelanggan baru akan terus ada. Para pengusaha makanan bisa memanfaatkan kondisi dengan menjalin kerjasama dengan teman satu cluster atau kompleks perumahan untuk tetap bisa menjalankan bisnis, tak hanya bisnis makanan, sebuah bisnis barbershop atau jasa potong rambut dapat dilakukan secara online dengan memanfaatkan jaringan kontak Whats Up ataupun rekanan yang sudah sering menggunakan jasa.

Dengan cara menjemput bola dengan memanfaatkan data base yang ada. Di rumah saja menjadi salah satu peluang untuk bisnis ini. Asalkan, tetap memegang prinsip kehati-hatian seperti yang telah diwajibkan oleh pemerintah. Maka hal perlu dilakukan adalah merubah Mindset dengan membuka bisnis baru.

5. Meningkatkan kemampuan dan keahlian

Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengulas kembali bisnis, kenali *customer base* dan kebutuhannya, permudah proses bisnis, klasifikasikan produk yang mudah dijual. Selain itu, segera lakukan digitalisasi produk usaha ke dalam katalog yang mudah dibagikan, perdalam stok barang, dan beri insentif kepada karyawan yang mampu memberikan performa baik dalam keadaan sulit seperti saat ini. Ada beberapa langkah praktikal yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk menjaga *cash flow* bisnis tetap positif. Fokus pada promosi untuk take-away delivery, karena permintaan yang meningkat. Gunakan database pelanggan untuk selalu mengkomunikasikan promosi yang ada melalui e-mail, SMS, ataupun WhatsApp. Untuk kunjungan fisik, budayakan melakukan transaksi non-tunai dengan menggunakan debit atau *digital payment*,". Tingkatkan kepercayaan konsumen dengan memposisikan diri sebagai bisnis yang memperhatikan konsumen dan seluruh stakeholder bisnis terkait higienitas. Lindungi para karyawan dan konsumen dengan penggunaan masker, *hand sanitizer*, dan pentingnya untuk terus mengkomunikasikan kebersihan di lingkungan sekitar.

6. Meningkatkan Iman dan Takwa

Masyarakat sebaiknya mengurangi rasa ingin tahu, tetap sehat dan berperilaku bersih maka InsyaAllah hidup akan lebih tenang dan sehat, untuk melawan musuh yang tidak tampak seperti COVID-19 ini perlu menaikkan imun seperti mengonsumsi makanan sehat, vitamin, dan lainnya. Meningkatkan iman dan takwa, beribadah, serta saling berbagi dengan sesama. Dengan saling tolong

menolong bisa juga langsung menambah imun serta iman, menjaga pikiran tetap tenang.

7. Membuat Komunitas Keanggotaan Dari Kita Untuk Kita, Sejenis Koperasi, Mencari Kebutuhan Primer dan Sekunder Anggota, Menelusur Bahan Baku Dari Hulu Hingga Hilir

Contoh kebutuhan primer sembako, buah-buahan, sayuran, ayam, dls, Insya Allah UMKM Berbasis Koperasi konsisten dan harus transparan kepada anggotanya, komunitas, bekerja sama dapat bertahan, perlahan-lahan tapi pasti untuk bertahan hidup.

8. Membuka Pendaftaran Anggota (konsumen) UMKM BERBASIS KOPERASI

terbuka Umum dari kita untuk kita, maju mundurnya UMKM BERBASIS KOPERASI tergantung dari para anggotanya. Dengan merek UMKM Berbasis Koperasi agar di ingat dan di kenang para anggota (konsumen) dikala masa pandemik covid 19, belanja ke UMKM Berbasis Koperasi agar bertahan hidup di tengah pandemik seperti saat ini.

9. Mengatur Keuangan Keluarga saat Pandemic Covid 19

Di tengah pandemi seperti saat ini banyak hal yang perlu kita perhatikan, salah satunya bagaimana cara mengatur keuangan. Sebab hal ini tak hanya mengancam kesehatan, namun juga berpengaruh pada kesejahteraan finansial Anda. Pandemi corona atau COVID-19 telah mengubah sebagian besar masyarakat di Indonesia dan bahkan mungkin dunia. Sebagai upaya preventif dalam menyikapinya, pemerintah pun meminta agar masyarakat berdiam diri di rumah. Hal ini cukup berdampak besar pada kondisi ekonomi. Ada beberapa orang yang masih mendapatkan gaji dengan jumlah yang normal. Tetapi, ada juga yang pemasukannya berkurang drastis karena pekerjaan tertunda akibat pembatasan sosial. Kondisi ini membuat UMKM harus dapat berpikir cermat untuk mengatur keuangan, supaya bisa tetap stabil di tengah pandemi ini.

Berikut adalah beberapa cara untuk mencegah dan menghadapi kondisi ekonomi di tengah pandemi:

1. Evaluasi sumber Penghasilan

Langkah pertama dan mendasar yang harus dilakukan adalah dengan merekap. Lakukanlah pendataan semua penghasilan yang sudah didapat, baik selama masa *social distancing* atau sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk membantu Anda dalam mengatur pengeluaran sesuai dana yang ada.

2. Stop Pengeluaran yang Tidak Perlu

Untuk membantu mempertahankan uang yang dimiliki, cobalah memangkas pengeluaran. Utamakan pengeluaran yang bersifat penting, dan kurangi hal-hal yang sekiranya tidak begitu penting atau tidak begitu dibutuhkan. Sebagai contoh, bisa mengurangi pengeluaran untuk membeli kopi dan pengeluaran ke salon. Bahkan anggaran yang biasanya digunakan untuk menonton film ke bioskop dapat Anda tabung atau alokasikan untuk hal lain. Usahakan juga membeli produk makanan yang murah, namun tetap menyehatkan.

3. Menghitung Budget Rumah Tangga

Untuk mengetahui berapa banyak jumlah uang yang dimiliki, maka penting untuk mencatat apa saja penghasilan dan pengeluaran. Buatlah pengeluaran menjadi empat pos, yaitu:

- a. Primer, yakni pengeluaran untuk kebutuhan pokok, dasar dan utama yang harus dipenuhi.
- b. Sekunder, yaitu pengeluaran yang harus dipenuhi setelah keputusan primer terpenuhi.
- c. Kewajiban, yakni pengeluaran yang harus dilakukan untuk membayar utang atau cicilan.
- d. Tabungan atau Investasi.
- e. Arisan

4. Memperbesar Saldo Dana Darurat

Hal yang mengkhawatirkan yang terjadi usai pandemi adalah ketidakpastian ekonomi. Untuk melindungi diri dan keluarga Anda dari perkiraan kondisi yang akan

terjadi nantinya, cobalah meningkatkan dana darurat. Dana darurat sendiri adalah dana yang berasal dari pendapatan yang dialokasikan untuk keperluan berbagai kondisi yang tak terduga dan mendesak. Periksa pengeluaran yang dapat dipotong, kemudian gunakan untuk dana darurat.

5. Mencari penghasilan tambahan

Ini adalah saat yang tepat untuk menggunakan kemampuan dalam mempelajari keterampilan baru. Memanfaatkan kesempatan ini untuk belajar hal-hal baru yang bisa jadi akan memudahkan jalan karier atau pendapatan Anda nantinya. Sehingga, Anda dapat memulai sampingan dengan menggunakan keterampilan baru tersebut dan mendapatkan penghasilan tambahan.

6. Mendaftarkan Merek Produk UMKM

Mengacu Undang-Undang No.20 tahun 2016. Pasal 5 butir 23, walaupun dimasa Pandemi Covid 19

KESIMPULAN

1. Berkaitan dengan diberlakukannya PSBB ternyata tingkat kesadaran hukum masyarakat Indonesia masih rendah walaupun saat ini sudah menuju ke arah yang lebih baik. Data yang ada menunjukkan masih banyak sekali warga negara Indonesia yang tidak patuh akan peraturan tersebut, masih banyak ditemui pelanggaran dilapangan. Sebagaimana kita ketahui bahwa hal tersebut merupakan salah satu bentuk bela negara yang dilakukan oleh warga negara Indonesia sebagai bagian dari NKRI
2. Ternyata dengan dibarenginya tingkat kesadaran hukum masyarakat terhadap PSBB memberikan dampak yang sangat dahsyat terhadap pelaku UMKM dan pertumbuhan ekonomi global tahun ini yang diperkirakan akan tumbuh negatif tahun ini.
UMKM yang notabene masyarakat menengah kebawah akan mengalami banyak penurunan. Masyarakat yang biasanya memanfaatkan peran UMKM seperti pedagang kaki lima atau asongan dalam memenuhi permintaan

mereka kini dipaksa untuk tetap di rumah dan memilih untuk mengurangi berinteraksi dengan sektor UMKM ini. Tak khayal, pendapatan UMKM pun semakin mengalami penurunan berbanding lurus dengan turunnya jumlah permintaan. Mau tidak mau para UMKM ini harus merugi atau “istirahat” sebentar selama masa pandemi ini. Berbeda dengan UMKM yang melek teknologi, mereka akan memanfaatkan teknologi daring untuk memasarkan produk mereka hingga sampai kepada konsumen.

3. Untuk tetap bertahan pada kondisi pandemik Covid19-UMKM perlu melakukan beberapa langkah berikut:
 - a. Cash Is king.
 - b. Beradaptasi dan berinovasi
 - c. Bertahan dan Bangkit UMKM serta bisnis yang lain memang tak bisa tinggal diam.
 - d. Meningkatkan kemampuan dan keahlian
 - e. Meningkatkan Iman dan Takwa
 - f. Mengatur Keuangan Keluarga saat Pandemic Covid-19
 - g. Daftarkan merek UMKM segera, saat masa pandemic Covid 19



gggul



Universitas

Esa Unggul



gggul



Universitas

Esa Unggul

BAB 5

INOVASI PRODUK BAGI UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 BERDASARKAN SUDUT PANDANG HUKUM DAN DEMOKRASI

*Sabungan Sibarani¹, Habsulhadiprasodjo Nurhadi²,
Linda Lidyawati³, Parulian Naibaho⁴, Jandumas Sihite⁵,
H.E.F. Thana Yudha⁶, Stephanus Pelor⁷*

*¹Universitas Borobudur, ²Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI,
³⁴⁵⁶⁷Univ. Mpu Tantular*

ABSTRAK

Merebaknya pandemi virus corona Covid-19 memberikan dampak besar terhadap perekonomian di Indonesia. Tantangan perekonomian saat ini sangatlah berat. Masyarakat berada dalam kondisi waspada dan sangat berhati-hati dengan membatasi bepergian dan konsumsi, tentunya hal ini berimbas kepada transaksi jual-beli di pasaran. Berbagai elemen yang terkena imbas sebut saja restoran, pasar, pusat perbelanjaan, transportasi online, hingga para pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Berbeda dengan krisis ekonomi pada

1998 dan 2008, UMKM dapat menjadi penopang ekonomi karena mayoritas mereka belum mendapatkan akses finansial dan permodalan sehingga tidak mendapatkan pengaruh besar. Namun kali ini, UMKM menjadi salah satu yang paling rentan atas imbas Covid-19. Tentu hal ini perlu ada terobosan inovasi produk di tengah pandemi Covid-19 diantaranya adalah mengalihkan jenis usahanya agar tetap ada pendapatan yang masuk, berkolaborasi dan bekerja sama untuk mengembangkan usaha yang saat ini dijalankan, dan tak terkalah penting adalah memanfaatkan media sosial sebagai channel utama pemasaran produknya. Dalam sudut pandang regulasi atau peraturan hukum, tentunya hal ini memberikan pemikiran jernih bagaimana melakukan aktivitas dalam kegiatan inovasi produk tanpa melanggar ketentuan hukum berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekejarantinaan Kesehatan maupun Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dengan tetap mengedepankan pada social distancing dan physical distancing.

Kata Kunci: Inovasi Produk, UMKM, Covid-19

LATAR BELAKANG

World Health Organization (WHO) pada 12 Maret 2020 telah menyatakan bahwa virus corona atau *Corona Virus Disease 2019* (disingkat Covid-19) adalah suatu *pandemic*, yaitu suatu wabah penyakit global yang menyebar di seluruh dunia secara melampaui batas. Pemerintah Republik Indonesia juga telah menyatakan bahwa *pandemic Covid-19* ini sebagai bencana non-alam berupa wabah penyakit, sehingga wajib dilakukan upaya penanggulangan agar tidak terjadi peningkatan kasus yang semakin meluas.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekejarantinaan Kesehatan telah mengatur penyelenggaraan kekejarantinaan kesehatan dalam rangka upaya

penanggulangan suatu wabah penyakit. Salah satu tindakan kekarantinaan kesehatan berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Sehubungan penyebaran Covid-19 di Indonesia dalam beberapa waktu terakhir ini telah sangat meningkat dan meluas, lintas wilayah dan lintas negara, dengan jumlah kasus dan/atau jumlah kematian yang cukup besar, maka Pemerintah memandang perlu menerbitkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), yang ditetapkan pada tanggal 31 Maret 2020, guna melakukan percepatan penanganan Covid-19 dalam bentuk tindakan PSBB, agar penyebarannya tidak semakin meluas.

Tindakan PSBB tersebut meliputi pembatasan kegiatan tertentu bagi penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi Covid-19, termasuk pembatasan terhadap pergerakan orang dan/atau barang untuk satu provinsi atau kabupaten/kota tertentu untuk mencegah penyebaran Covid-19. Pembatasan tersebut antara lain dilakukan melalui peliburan sekolah dan peliburan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum.

Sejak pandemi Covid-19 melanda, perekonomian mengalami pelemahan yang terlihat dari penurunan daya beli dan permintaan. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sektor yang ikut terdampak atas melandanya pandemi Covid-19. Untuk itu mereka perlu melakukan inovasi, dan guna memenangkan persaingan perusahaan harus melakukan inovasi. Inovasi merupakan kekuatan bagi wirausaha dalam meraih sukses usahanya, seperti: produk baru, perbedaan teknik/cara dan pendekatan baru dalam memperkenalkannya.¹

Inovasi merupakan istilah yang pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter pada tahun 1934. Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi 'kombinasi baru'. Istilah kombinasi baru ini dapat merujuk pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru. (Alvin, 2009). Melalui inovasi seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan,

proses kerja, pemasaran, sistem pengiriman, dan kebijakan, tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga pemegang saham dan masyarakat (de Jong & Den Hartog, dalam Alvin, 2009).

Inovasi merupakan pengenalan dan penerapan secara sengaja ide-ide, proses-proses, produk-produk, atau prosedur baru bagi pekerjaan, tim kerja, atau organisasi. Sedangkan Zwell menyebutkan bahwa inovasi adalah kompetensi yang dengannya orang menghasilkan ide, metode, solusi, dan produk baru. Inovasi melibatkan orientasi terhadap kreativitas dan penemuan.² Atalay et al. juga menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan pengenalan dan pengembangan jenis barang atau jasa baru yang berbeda dari sebelumnya dan melengkapi kekurangan-kekurangan dari penemuan sebelumnya dengan lebih menekankan pada segi kualitas.³

Ada sebanyak 6,3 juta pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia yang terpuruk selama pandemi Covid-19. Pendapatan harian mereka merosot drastis sehingga mengancam keberlangsungan usaha. Beberapa dari mereka pun mencari solusi untuk bertahan, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi.⁴ Contohnya, pemilik restoran Asoka Corner yang beroperasi di Medan, Kania (32), mengandalkan jasa ojek daring untuk operasi usahanya. Restoran ini semula kuat dengan konsep makan di tempat. Namun, pembatasan sosial dan imbauan bekerja dari rumah membuat restorannya sepi pengunjung. Fasilitas karaoke dan ruang pertemuan di restoran tersebut harus dihentikan sementara.

Sejak imbauan diam di rumah disampaikan, tidak ada transaksi yang terjadi selama dua hari pertama di restorannya. Kania mengatakan, omzet hariannya turun 50-60 persen selama pandemi. Ia pun mengonversi cara berdagangnya dari konvensional ke digital. Ia kini hanya melayani pembelian melalui pesan daring, seperti GoFood. Saat kondisi normal, transaksi dari layanan pesan-antar aplikasi daring hanya 30-40 persen dari total penjualan. Persentasinya naik menjadi 65 persen selama pandemi, bahkan dua hari lalu 90 persen pendapatannya berasal dari layanan pesan-antar.

Penurunan volume transaksi ini dialami sejak awal Maret 2020. Situasi ini memaksa Kania, sang Pemilik restoran Asoka Corner, beradaptasi agar usahanya tetap berjalan. Ia berinovasi produk dengan membuat delapan menu makanan beku yang siap dimasak, seperti gurami asam manis, ayam cabai hijau, dan ayam goreng pandan. Ia menjamin kebersihan makanan. Juru masak wajib mengenakan masker dan sarung tangan ketika memasak. Adapun suhu badan juru masak dan pengemudi ojek yang mengantarkan pesanan juga dipantau.

Ide membuat paket makanan beku dilakukan oleh sejumlah pelaku UMKM saat ini. Menurut Kania, menjual makanan beku sama dengan memanfaatkan momentum yang ada. Banyak ibu rumah tangga sekarang *paranoid* belanja ke pasar. Pengejek daring pun saya amati juga terdampak oleh situasi pandemi (karena pesanan berkurang). Mereka berpikir membuat menu baru seperti ini bisa menjadi solusi bagi kedua isu. Sementara itu, pengejek akan menerima bantuan 1 kilogram beras untuk setiap transaksi.

Menurut laporan Harian Bisnis Indonesia berjudul “Berkah di Tengah Wabah: Mereka Hoki Saat Pandemi” (edisi Sabtu, 2 Mei 2020), bidang usaha yang menuai berkah di tengah pandemi juga tak melulu yang berhubungan dengan kebutuhan primer, tetapi juga kebutuhan sekunder dan tersier. Seperti misalnya, Platform TaniHub, menjadi salah satu perusahaan rintisan agrikultur yang merasakan kenaikan penjualan di bidang kebutuhan pokok, seperti buah, sayur, sembako, dan hasil tani lainnya, yang secara konsolidasi meningkat 20% selama masa pandemi Covid-19. Produk tanaman herbal dan produk yang bermanfaat untuk meningkatkan imun tubuh juga mengalami lonjakan besar dalam situasi pandemi Covid-19 ini.

Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) juga menguntungkan pemilik toko pertanian dan hidroponik. Pasalnya, PSBB dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat untuk menyalurkan hobi berkebun secara hidroponik. “Tren terus meningkat jika dilihat dari penjualan. Apalagi sekarang di media sosial banyak mengulas tentang hidroponik dan ada kesadaran

dari masyarakat untuk konsumsi sayuran sehat,” ujar Ridwan, pemilik toko pertanian dan hidroponik, Purie Garden, yang memiliki lima cabang di Kediri, Bogor, Surabaya, Yogyakarta, dan Tangerang. Menurutnya, penjualan paket hidroponik pemula mengalami peningkatan hingga tiga kali lipat selama PSBB.

Ini artinya bahwa di tengah pandemi Covid-19 yang melanda saat ini, inovasi kolaborasi dan pemasaran yang agresif melalui platform digital atau online, juga merupakan hal sangat penting untuk dikembangkan dan diimplementasikan.⁵ Sejak adanya wabah Covid-19, terjadi fenomena perpindahan ke transaksi online. Perilaku pembeli telah berubah dan ada peningkatan pembelian makanan yang dibawa pulang (*take-away food*).

Perlu diketahui bahwa saat ini fokus promosi untuk *take-away delivery*, memanfaatkan database pelanggan untuk selalu mengomunikasikan promosi melalui e-mail, SMS, ataupun *WhatsApp*. Tak hanya itu, unsur *higienitas* makanan juga membangun *trust* dari pelanggan. Dalam hal ini, UMKM juga dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, tetapi untuk menghasilkan nilai lebih atau *superior value* yang diperoleh melalui berbagai pengembangan inovatif, sasaran yang harus dicapainya adalah menghasilkan *superior value* atau pelayanan (*service*) yang jauh lebih baik dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing.

Dalam sudut pandang hukum, berbagai kegiatan inovasi produk di tengah pandemi Covid-19 tersebut tentunya harus mengedepankan pada anjuran Pemerintah dengan tetap menjaga jarak sosial dan fisik (*social distancing* dan *physical distancing*), yaitu dengan mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan maupun Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana UMKM melakukan terobosan-terobosan

terkait dengan inovasi produk di tengah pandemi Covid-19 berdasarkan sudut pandang hukum dan demokrasi?

PEMBAHASAN

Sejumlah pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di beberapa wilayah di Indonesia melakukan berbagai upaya, agar tetap bisa bertahan di tengah melemahnya kegiatan perekonomian akibat pandemi Covid-19, salah satunya dengan mengalihkan jenis usaha. Dalam kondisi seperti ini, yang dibutuhkan adalah inovasi. Bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), inovasi dilakukan dengan mengalihkan jenis usaha dan produk yang dihasilkan.

Pandemi Covid-19, memberikan dampak di hampir semua sektor UMKM di Indonesia. Namun demikian, pelaku UMKM di beberapa daerah kemudian mengalihkan jenis usahanya agar tetap ada pendapatan yang masuk. Pelaku usaha batik, misalnya, mengalihkan usahanya dengan memproduksi masker kain yang saat ini sedang cukup banyak dibutuhkan. Begitu pula dengan pelaku usaha kerajinan yang mengalihkan usahanya ke usaha kuliner yang masih banyak dibutuhkan oleh masyarakat, apalagi beberapa waktu lalu bertepatan masuk bulan Ramadhan dengan tradisi membuat apem.

Ada juga yang kemudian membuat berbagai minuman dari bahan rempah-rempah, atau membuat makanan ringan. Banyak pelaku UMKM yang sangat bergantung pada pendapatan harian, sehingga jika tidak memproduksi barang, tidak ada pendapatan yang masuk. Hal yang bisa dilakukan adalah terus memotivasi mereka. Biasanya mereka tergabung dalam berbagai grup di aplikasi percakapan *WhatsApp*. Sehingga diupayakan untuk terus menyemangati mereka agar bisa berinovasi dengan menyesuaikan kondisi.

Penulis tidak memungkiri jika ada pelaku usaha yang kemudian total menghentikan produksi dan tidak melakukan upaya pengalihan jenis usaha. Bahkan ada yang menjual mesin produksi yang mereka miliki. Sedangkan untuk pemasaran, pelaku UMKM yang masih berusaha bertahan

melakukan penjualan secara daring melalui grup percakapan seperti *WhatsApp*. Mengingat kondisinya seperti ini, metode penjualan online menjadi pilihan yang mau tidak mau harus dilakukan oleh pelaku UMKM.

Ada UMKM yang terus berinovasi untuk mengembangkan produknya di tengah wabah ini, misalnya memproduksi varian minuman instan Bandrek Jahe Merah.⁸ Akhir-akhir ini tanaman rempah yang mengandung *curcumin* dikatakan mampu mencegah penularan virus Corona atau Covid-19. Melihat hal ini, UMKM yang memproduksi bandrek instant dari jahe merah langsung melakukan inovasi terhadap produknya dengan meningkatkan kualitas produknya.

Tidak hanya berbahan baku dari jahe merah, banyak yang kemudian melakukan inovasi dengan menambahkan rempah kunyit dan temulawak yang sama-sama mengandung *curcumin* untuk meningkatkan khasiat dari bandrek instant buatannya dalam mencegah penularan virus Corona atau Covid-19. Secara umum, jahe merah, kunyit, temulawak memang dikenal sebagai rempah yang mengandung anti inflamasi dan antioksidan yang mampu memperkuat sistem kekebalan tubuh dari serangan virus maupun bakteri. Dengan daya tahan tubuh kuat, baik virus maupun bakteri, termasuk virus Corona atau Covid-19, diyakini tidak akan mudah menjangkiti tubuh manusia.

Selama kebijakan *physical distancing* dan *social distancing* saat ini, pengusaha bandrek instant di Deli Serdang itu banyak melakukan pemasaran secara online seperti melalui *whatsapp*, *facebook* dan *instagram*. Pemasaran produknya ini tersebar hingga ke daerah Jakarta dan beberapa wilayah di Indonesia.

Namun, ada juga beberapa UMKM yang banting setir, dengan beralih profesi memproduksi masker kain yang kini sangat dibutuhkan pasar. Rumah Hijau yang awalnya merupakan UMKM yang memproduksi atau melayani jasa hantaran pernikahan kini mengajak kolaborasi tetangga ataupun masyarakat sekitar rumahnya untuk bersama-sama membuat produk masker kain.

Begitu pula dengan UMKM yang bergerak di bidang *craft* atau kerajinan yang awalnya memproduksi kerajinan tangan seperti bros, gelang, kalung dan aksesoris wanita lainnya kini memproduksi masker kain.

Hal ini membuktikan bahwa UMKM dituntut harus melakukan inovasi untuk mengikuti permintaan pasar agar tetap dapat bertahan di tengah pandemi virus Corona atau Covid-19 saat ini. Selain itu, para UMKM juga diharapkan mampu memanfaatkan segala fasilitas yang ada seperti media sosial yang bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk memasarkan produk di tengah kebijakan *physical distancing* dan *social distancing* akibat pandemi virus Corona atau Covid-19 saat ini.

Di sisi lain, sistem *e-commerce* jadi solusi bagi pelaku UMKM di tengah pandemi Covid-19. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mendukung penggunaan sistem perdagangan elektronik atau *e-commerce* sebagai solusi bagi koperasi dan para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam memasarkan produknya di tengah Pandemi Covid-19. Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Teten Masduki mengatakan bahwa berdasarkan survei, pola konsumsi masyarakat di tengah Pandemi Covid-19 berangsur-angsur berubah, yakni beralih dari *offline* menjadi *online* (daring).

Masyarakat mengalami perubahan pola konsumsi dari yang awalnya *offline* sekarang menjadi *online*. Bahkan diprediksi bahwa *Stay At Home Economy* akan menjadi tren di masa yang akan datang. Fenomena itu sekaligus menjadi indikasi bahwa pelaku UMKM memiliki kesempatan dalam meningkatkan usahanya melalui sistem perdagangan elektronik sehingga pandemi Covid-19 bukan berarti tidak memberikan manfaat, akan tetapi justru menjadi momentum bagi mereka untuk membuktikan bahwa produk-produk dalam negeri dan kebutuhan nasional dapat dipenuhi.

Menurut hasil riset Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia bahwa UMKM yang berpotensi pada masa sekarang ini adalah sektor pangan yang

memproduksi produk herbal, natural, buah-buahan, sayur-sayuran yang baik bagi kesehatan dan daya tahan tubuh.

Selain itu juga jenis makanan yang praktis, mudah diolah dan dapat disimpan lama seperti makanan beku, makanan kaleng, bumbu-bumbu dan lain sebagainya. Permintaan terhadap produk yang siap olah dan praktis seperti itu cukup banyak.

Selain sektor pangan, banyak juga pihak yang mendorong dan menginisiasi pelaku UMKM untuk memproduksi dan memasarkan jenis barang-barang yang dibutuhkan dalam masa pandemi Covid-19 seperti Alat Pelindung Diri (APD), masker, *handsanitizer* yang tentunya melalui standarisasi khusus dari protokol kesehatan. Tentunya dengan standarisasi dan spesifikasi yang sesuai.

Selanjutnya, masyarakat juga perlu didorong untuk belanja di warung sekitar melalui gerakan “Belanja di Warung Tetangga” sebagai bentuk solusi dari masalah *physical distancing* dengan tetap mengonsumsi produk koperasi dan UMKM.

Pandemi Corona Covid-19 berdampak cukup besar bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Meskipun demikian, ternyata kondisi seperti ini justru menjadi saat yang tepat bagi UMKM untuk melancarkan jurus yang memiliki nama serupa, yakni COVID. Jurus yang dimaksud adalah, pertama, *collaboration* atau kolaborasi yang bisa dilakukan oleh UMKM pada saat ini. Caranya, dengan membuat daftar pihak-pihak yang memungkinkan untuk diajak berkolaborasi dan bekerja sama untuk mengembangkan usaha yang saat ini dijalankan.

Waktu rehat akibat pandemi Corona ini dapat menjadi waktu yang tepat untuk UMKM memetakan apakah rekan yang diajak berkolaborasi selama ini sudah maksimal atau masih ada pihak lain lagi yang bisa diajak berkolaborasi.

Kedua, *evaluation* atau evaluasi. UMKM bisa memanfaatkan waktu istirahat ini untuk mengevaluasi model bisnis yang selama ini digunakan, apakah sudah optimal atau belum. Evaluasi juga bisa diterapkan pada strategi bisnis yang sudah dijalani selama ini.

Ketiga, *innovation* atau inovasi. Situasi sekarang bisa dimanfaatkan untuk menemukan ide baru dari proses produksi yang sudah dijalani. Ide inovasi ini mencakup tentang inovasi produk, inovasi proses, inovasi pelayanan, atau pun inovasi pemasaran.

Keempat, adalah *development* atau pengembangan. Jadi dalam situasi pandemi Corona seperti sekarang UMKM justru diingatkan untuk menyusun pengembangan apa saja yang dapat dilakukan pada usaha bisnisnya, dibuat rencana pengembangan yang detail beserta budget atau biaya yang dibutuhkan.

Penulis menyarankan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) itu perlu memperbanyak kolaborasi dalam rangka meningkatkan penjualan di tengah pandemi *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19). Pada saat sulit di masa pandemi ini pelaku UMKM harus melakukan adaptasi usaha agar tetap bertahan, namun yang lebih penting daripada itu adalah berkolaborasi dengan pelaku usaha lainnya.

Menurut Penulis sektor UMKM yang benar-benar terdampak saat pandemi ini adalah yang berbasis kebutuhan dasar, terutama yang berusaha hanya sekadar untuk memenuhi kebutuhan makan sehari-hari dari usahanya. Kemudian sektor UMKM yang berbasis peluang dan inovasi, yang tentunya lebih mudah melakukan adaptasi saat ini. Sayangnya, selama ini kemauan dan kemampuan pelaku UMKM untuk berkolaborasi agak kurang, padahal pada saat pandemi ini justru seharusnya diperkuat.

Contoh kolaborasi yang dapat dilakukan, seperti melakukan pemasaran bersama, membuat toko online bersama, membuat produk bersama, dan lainnya. Jadi tidak hanya sebatas memenuhi permintaan konsumen sendiri-sendiri. Pada sisi lain, salah satu adaptasi yang perlu dilakukan pelaku UMKM adalah beradaptasi dari penjualan secara langsung menjadi penjualan secara daring. Jika dulu ada yang menggabungkan keduanya maka saat ini penjualan secara daring menjadi salah satu yang efektif dalam memasarkan produk.

Akan tetapi selama ini banyak pelaku UMKM yang kurang mau berinvestasi pada aspek teknologi sehingga pada saat kondisi seperti ini penjualan menjadi lesu karena belum terbiasa. Kelemahan lain UMKM saat ini adalah minimnya strategi apalagi ketika ada krisis. Penulis mengusulkan hendaknya Pemerintah Pusat dan Daerah bisa mendampingi minimal 10 UMKM dalam rangka mencari peluang pasar dan melakukan inovasi produk. Kemudian membuat sikap mental UMKM agar tidak mudah mengeluh, berani mengambil risiko berinovasi, dan mampu melihat peluang, yang kesemuanya itu juga menjadi salah satu strategi keberhasilan usaha bisnis.

Dalam hubungannya dengan inovasi produk dalam masa pandemi Covid-19 ini, tentunya harus ada payung hukum guna menjembatani berbagai kepentingan dalam kegiatan ekonomi tersebut. Dari segi perundang-undangan, setidaknya kita memiliki dua undang-undang yang tegas mengatur spesifikasi penanganan wabah, yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular (UU 4/1984) dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan (UU 6/2018). Kedua instrumen hukum tersebut, ditambah dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, baru-baru ini telah melahirkan peraturan pelaksanaan di bawahnya, yaitu Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Ketentuan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular, khususnya dalam konsiderans menimbanginya telah memberikan landasan mengapa undang-undang ini terbit. Salah satunya adalah untuk mengantisipasi perkembangan iptek dan lalu lintas internasional. Sedangkan pada pasal-pasal nya merumuskan ketentuan strategis, seperti mendefinisikan wabah penyakit menular sebagai “kejadian berjangkitnya suatu penyakit menular dalam masyarakat yang jumlah penderitanya

meningkat secara nyata melebihi daripada keadaan yang lazim pada waktu dan daerah tertentu serta dapat menimbulkan malapetaka.” (Pasal 1 huruf a).

Upaya penanggulangannya pun beraneka bentuk, seperti pemeriksaan, pengobatan, perawatan dan isolasi penderita, termasuk tindakan kekarantinaan. Selain itu, dapat melakukan penyuluhan kepada masyarakat (Pasal 5 ayat (1). Menariknya, pada Pasal 6 ayat (1) Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular tersebut memuat aspek demokrasi dengan pernyataan “upaya penanggulangan wabah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) dilakukan dengan mengikutsertakan masyarakat secara aktif.”

Selain itu, yang menarik lainnya, pada Pasal 8 ayat (1) disebutkan, mereka yang mengalami kerugian harta benda akibat penanggulangan wabah dapat diberikan ganti rugi. Agar regulasi efektif, Pasal 14 mengatur pula siapa saja yang menghalangi penanganan wabah baik sengaja maupun alpa dipidana (bila dengan sengaja diancam pidana paling lama satu tahun dan/atau denda setinggi- tingginya satu juta, dan apabila alpa pidana selama- lamanya enam bulan dan/atau denda setinggi-tingginya lima ratus ribu). Apabila pilihan pemerintah melakukan kekarantinaan kesehatan maka diatur di Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan.

Kekarantinaan kesehatan ini di pintu masuk dan wilayah terpadu merupakan kewenangan pemerintah pusat--namun dapat melibatkan pemerintah daerah (Pasal 5 ayat (1) dan (2)). Penyiapan sumber dayanya tanggung jawab pemerintah pusat dan daerah (Pasal 6). Pada Pasal 9 ayat (1) setiap orang wajib mematuhi penyelenggaraan kekarantinaan kesehatan. Jika tidak mematuhi atau menghalang-halangi diancam pidana paling lama satu tahun dan atau denda paling banyak seratus juta rupiah (Pasal 93). Pada Pasal 15 diatur kekarantinaan kesehatan di pintu masuk dan wilayah serta tindakan kekarantinaan kesehatan dapat berupa isolasi, pembatasan sosial skala besar, pemberian vaksinasi dan sebagainya. Sedangkan di Pasal 49 dalam rangka

mitigasi dibagi jenis karantina, ada karantina rumah, karantina wilayah, karantina rumah sakit atau pembatasan sosial berskala besar.

Kebijakan pemerintah Pemerintah Indonesia telah menetapkan kedaruratan kesehatan masyarakat melalui Keputusan Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana. Selain itu membentuk Satuan Gugus Tugas (Satgas) untuk itu. Hal ini dimungkinkan oleh Pasal 10 UU 6/2018. Kemudian, sampai tulisan ini ditulis, ada pertimbangan dilakukan *lockdown*---yang dalam istilah regulasi Indonesia lebih dikenal karantina wilayah. Adapun yang telah jalan---berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)---adalah pembatasan sosial berskala besar. Cirinya tampak pada Pasal 59 ayat (2) UU 6/2018 yakni (a) peliburan sekolah dan tempat kerja; (b) pembatasan kegiatan keagamaan dan/atau (c) pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum.

Berkaca pada pengalaman di kota Wuhan yang cepat pulih---maka pilihan *lockdown* adalah paling efektif dalam mengatasi pandemik Covid-19 selain *rapid test* seperti dilakukan Korea Selatan. Hanya memang, pemerintah dituntut untuk melakukan kajian cepat, tepat dan terukur melalui perspektif multi disiplin. Seperti kesiapan pangan, stabilitas ekonomi, dampak sosial budaya serta keamanan. Hal ini juga diamanatkan pada Pasal 49 UU 6/2018. Tentu para ahli baik praktisi maupun teoretisi sangat diharapkan kontribusinya dalam memberikan pertimbangan matang agar pemerintah dapat memutuskan secara akurat dalam mematahkan lingkaran persebaran pandemik Covid-19.

Diharapkan dalam inovasi produk yang dilakukan UMKM di tengah pandemi Covid-19 ini mampu memberikan solusi demokrasi akan rasa kebersamaan dan memiliki semangat kebangsaan Indonesia dengan menjunjung tinggi demokrasi. Sebenarnya, selain perspektif hukum, Pemerintah dapat mengapitalisasi energi demokrasi dengan segala keterbatasannya, diantaranya adalah:

Pertama, optimalisasi transparansi akses informasi. Pemerintah perlu diapresiasi setiap saat mengumumkan pasien yang positif Covid-19 diikuti dengan peta persebaran. Ini dapat membantu dalam demokrasi agar warga memiliki kepercayaan pada pemerintah untuk mengatasi Covid-19. Tinggal semangat keberlanjutan transparansi dan akses informasi ini perlu terus dirajut.

Kedua, hindari penggunaan bahasa asing. Istilah *lockdown*, *social distancing*, *work from home* dan sebagainya, mungkin familiar di kalangan tertentu, namun di masyarakat dengan strata sosial yang belum tereduksi, istilah seperti ini tidak akrab. Sebaiknya digunakan terminologi regulasi, seperti karantina, pembatasan sosial, bekerja dari rumah, atau diam di rumah untuk mengganti *stay at home*. Penggunaan istilah ranah publik harus diikuti pula dengan peningkatan eskalasi edukasi maknanya.

Ketiga, sosialisasi, edukasi dan penyuluhan masif dengan memanfaatkan pelbagai wahana, termasuk teknologi digital yang terukur. Bagi penulis, ketika pemerintah meliburkan 14 hari bagi sekolah misalnya, ternyata pada awal implementasinya, diterjemahkan lain oleh publik. Ada yang justru memanfaatkan waktu liburan tersebut untuk bertamasya. Padahal peliburan ini adalah untuk mencegah penyebaran wabah, yang seharusnya berdiam di rumah. Ini harus selalu disosialisasikan agar tidak salah kaprah. Demikian pula partisipasi publik harus terus dibangun. Di publik, mulai korporasi, perguruan tinggi bahkan pemilik warung tegal, secara sangat menyentuh telah melakukan kegiatan *berbagi* sebagai upaya untuk mengurangi beban bagi sesama yang terdampak dari Covid-19. Filantropi dari hati ini rupanya tumbuh mekar terkapitalisasi di saat krisis.

Keempat, pemerintah, media, masyarakat dan parlemen harus peka krisis. Jangan bising, saling menyalahkan, atau mencari celah kalkulasi modal politik. Sekarang adalah saatnya untuk saling bahu membahu, hentikan pertikaian. Demikian pula bagi publik wajib patuh pada pelarangan aktivitas di luar rumah. Namun di sisi lain, pemerintah juga perlu memikirkan para pekerja yang tidak dapat bekerja di rumah. Termasuk

Parlemen baik di pusat maupun daerah harus mengerahkan segenap kapasitasnya untuk mendukung secara kritis semua kebijakan yang dapat menghentikan penyebaran wabah Covid-19. Ini ujian besar bagi semua. Kedewasaan berdemokrasi menjadi keniscayaan.

Kelima, jika pilihannya adalah karantina wilayah, maka penegakan hukum harus tegas. Ini saatnya negara berwibawa. Termasuk pula memastikan lalu lintas *hoaks* dan informasi menyesatkan harus dapat segera ditindak, sebab hal ini semakin memperkeruh suasana. Namun di sisi lain, semua tindakan harus terukur. Termasuk merawat publik untuk selalu optimistis, berpikir positif dan mengambil hikmah dari kasus ini.

Bagi Penulis, jika Indonesia lolos dari Covid-19, maka kita memiliki benefit masa depan yaitu terciptanya iklim UMKM yang menggurita sehingga mampu menopang perekonomian Indonesia, yaitu dengan modal sosial kedisiplinan dalam bernegara. Negara yang dapat pulih dari Covid-19 dipastikan memperoleh pelajaran berharga soal kapan berdiskusi, kapan bertindak dan kapan ekstra patuh pada aturan. Sekaligus hal ini juga menunjukkan kualitas ganda dari pemimpin dan rakyatnya. Pemimpin dan rakyatnya akan terlihat mutunya ketika diuji pada masa krisis, sehingga perekonomian menggeliat, UMKM berjaya, dan negara makmur.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa mewabahnya virus Covid-19 tentunya tidak melunturkan semangat inovasi produk bagi UMKM untuk terus kreatif dan mampu melihat situasi dan kondisi, menatap masa depan. Hal terpenting dalam inovasi produk tersebut, tentunya UMKM harus mengikuti anjuran Pemerintah dengan tetap menjaga jarak (*physical distancing*) guna memutus rantai penyebaran dengan selalu mengikuti dan tidak melanggar berbagai ketentuan hukum atau regulasi terkait Covid-19 diantaranya adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan maupun Peraturan Presiden

Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, “*Semua Tentang UMKM : Inovasi UMKM Deli Serdang di tengah Pandemi Virus Corona Covid-19*”, <https://rkb.id/news/semua-tentang-umkm-inovasi-umkm-deli-serdang-ditengah-pandemi-virus-corona-covid-19>, diakses 3 Mei 2020.
- Atalay, M., N. Anafartand., F. Sarvan, *The relationship Between Innovation And Firm Performance: An Empirical Evidence From Turkish Automotive Supplier Industry*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 75, 2013, pp: 226-235.
- Augusty Ferdinand, “*Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Stratejik*”. *Research Paper Series*, Vol 1, Maret 2000, h. 8.
- Avin Fadilla Helmi, “*Bagaimana Menciptakan Inovasi Produk*”, *Buletin Psikologi*, Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, Volume 17 Nomor 1, 2009, halaman 1-10.
- Eko Nordiansyah, “*Cara UMKM Bertahan di Tengah Covid-19*”, <https://www.medcom.id/ekonomi/entrepreneurship/GN14grgN-cara-umkm-bertahan-di-tengah-covid-19>, diakses 3 Mei 2020.
- Endang Sutrasnawati, “*Pengaruh Kompetisi Produk dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran melalui Competitive Advantage*”, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Volume 15 Nomor 2, September 2008, Hal 91-97
- Mudjiarto Aliaras Wahid, “*Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*” (Jakarta: Graha Ilmu, 2006).
- Raden Muhammad Mihradi, “*Covid-19 di Lorong Hukum dan Demokrasi*”, <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/30/11163581/covid-19-di-lorong-hukum-dan-demokrasi?page=all#page3>, diakses 3 Mei 2020.
- Sekar Gandhawangi, “*Siasat UMKM Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19*”, diakses 3 Mei 2020.
- Sotyati, “*Pandemi Covid-19 Pelaku UMKM di Yogyakarta Alihkan*

Jenis Usaha", <http://www.satuharapan.com/read-detail/read/pandemi-covid-19-pelaku-umkm-di-yogyakarta-alihkan-jenis-usaha>, diakses 3 Mei 2020.

Sudarmanto, *"Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM"*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).

Victor Ringhard Pattipeilohy, *"Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing : Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran"* (Studi Kasus pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja, Kota Ambon), *Jurnal Maneksi*, Volume 7, Nomor 1, Juni 2018.

Yudi Supriyanto, *"Berkah di Tengah Wabah : Mereka Hoki Saat Pandemi"*, *Harian Bisnis Indonesia*, edisi Sabtu 2 Mei 2020, halaman 1.

BAB 6

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP UMKM KHUSUSNYA PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) KOTA SURABAYA DALAM HAL PENGURUSAN IZIN DI MASA PANDEMIC COVID -19

*Ina Heliany¹, Edy Supriyanto², Apollo Sinambela³, Muhenri Sihotang⁴
Charles DL Pardede⁵, Junifer Dame Panjaitan⁶
¹²³⁴⁵⁶Univ. Mpu Tantular*

PENDAHULUAN

Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan ini merupakan kutipan dari pasal 33 ayat 1. Pembangunan ekonomi nasional Indonesia yang berdasarkan Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat secara keseluruhan, bukan kesejahteraan orang-seorang atau kelompok dan golongan tertentu. Karena itu perekonomian nasional harus disusun berdasarkan atas asas kekeluargaan untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan. Untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat tersebut, dilakukan melalui berbagai upaya, salah satu upayanya adalah

meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada saat ini.

UMKM sebagai cikal bakal kewirausahaan yang berproses, perlu diberi perhatian yang lebih seksama dari berbagai aspek karena dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM memiliki peranan yang cukup kuat, peranan UMKM ini menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perancangan tahapan pembangunan. Namun jika dilihat hasilnya, maka belum cukup memuaskan karena pada kenyataannya kemajuan UMKM sangat kecil dibandingkan dengan usaha besar. Hal tersebut dilihat dari lebih berkembangnya pengusaha-pengusaha besar yang mencakup semua sektor, baik dari sektor perdagangan, perbankan, kehutanan, pertanian dan terutama industri.

Eksistensi dan kekuatan UMKM yang mampu bertahan dari keadaan krisis tidak bisa diragukan lagi. Setelah 1998 Indonesia dilanda krisis moneter dan krisis global tahun 2008 di sektor UKM kokoh menjadi penyangga perekonomian nasional. Kedudukan UMKM yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia sehingga dia layak dilindungi. Apalagi kedudukan UMKM yang cukup lemah dibandingkan dengan industri dalam negeri menambah daftar bahwa UMKM sangat butuh proteksi dari pemerintah.

Salah satu bentuk proteksi atau perlindungan kepada UMKM adalah dengan pemberian izin kepada UMKM, khususnya Pedagang kaki lima (PKL). Mengapa PKL karena saat ini PKL adalah usaha perdagangan mikro dan menengah yang paling banyak digeluti masyarakat di Indonesia. Usaha mikro dan menengah ini dapat kita lihat langsung pada kehidupan sehari-hari yakni pada pedagang kaki lima yang banyak menjalankan usahanya di trotoar. Pedagang Kaki Lima atau disingkat dengan PKL adalah suatu istilah untuk menyebut penjadagangan yang melakukan kegiatan komersial di atas daerah milik jalan (DMJ)/trotoar yang (seharusnya) diperuntukkan untuk pejalan kaki. Istilah pedagang kaki lima tersebut diambil dari jumlah kaki pedagangnya yaitu ada lima. Kelima kaki tersebut ialah dua kaki pedagang ditambah dengan tiga kaki (yang sebenarnya

adalah tiga roda dari gerobak atau dua roda dan satu kakikayu). Pedagang Kaki Lima atau yang sering kita sebut dengan pedagang asongan belakangan ini menjadi salah satu topik yang kerap dibahas dan tidak lepas dari liput media massa.

Hampir di setiap trotoar dapat dilihat pemandangan barisan para pedagang kaki lima yang menjual beraneka macam makanan ataupun mainan anak-anak dan sebagainya. Namun, perlu diketahui bahwa pedagang kaki lima yang ada di hampir setiap trotoar ini dalam menjalankan usahanya memiliki resiko yang sangat besar. Tidak jarang pedagang kaki lima harus berjibaku untuk mampu lepas dari razia yang dilakukan Satpol PP. Akan tetapi, tindakan yang dilakukan aparat bukan semata-mata hanya mengganggu pejalan kaki yang melintas di trotoar, melainkan karena para pedagang kaki lima ini melaksanakan usahanya tidak memiliki surat izin.

Maraknya razia dan penangkapan yang diberlakukan di setiap daerah memberikan semacam peringatan kepada pedagang kaki lima yang selama ini tidak mematuhi aturan yang telah dipublikasikan sebelumnya. Diperlukannya tindakan yang sedikit represif dari pemerintah bukan hanya bertujuan untuk melarang adanya kegiatan komersial asng dilakukan di trotoar, melainkan memberikan efek jera kepada para pelakunya agar tidak melakukan kegiatan tersebut di trotoar karena dapat mengganggu para pejalan kaki yang hendak lewat.

Maraknya penertiban terhadap pedagang kaki lima menuai pro dan kontra terhadap pihak pemerintah, Ada yang beranggapan bahwa untuk apa pedagang kaki lima harus memiliki surat izin usaha tetapi ada juga yang berpendapat bahwa apa yang telah dilakukan pemerintah perlu semakin digalakkan. Oleh karena itu, perlulah kita ketahui bahwa pemerintah negara Indonesia telah mengatur hal-hal yang berkaitan dengan usaha yang dilakukan oleh warga negara agar tidak terjadinya penyelewengan terhadap aturan-aturan yang telah ditetapkan dan berdampak buruk bagi aspek kehidupan bernegara lainnya. berdasarkan paparan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang:

1. Bagaimanakah perkembangan UMKM Indonesia dan faktor-faktor apa yang menjadi penyebab perkembangan terhadap UMKM bertumbuh pesat ?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada UMKM khususnya PKL berkaitan dengan surat izin untuk berdagang ?

KAJIAN PUSTAKA

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Adapun Undang-undang yang mengatur UMKM adalah Undang - Undang No 20 Tahun 2008 bahwa pemerintah dan pemerintah daerah memfasilitasi pengembang usaha dengan cara memberikan intensif kepada usaha mikro, kecil, dan menengah mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup. Sedangkan menurut para ahli UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Pengertian UMKM Menurut Para Ahli Rudjito

Merupakan usaha kecil yang membantu perekonomian Indonesia. Dikatakan membantu perekonomian Indonesia disebabkan karena dengan melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru serta juga meningkatkan devisa negara dengan melalui pajak badan usaha.

Inna Primiana

Merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia ialah seperti industrimanufaktur, agribisnis, agraris, dan juga sumberdaya manusia. Dalam arti ini mengindikasikan bahwa UMKM ini mengandung arti pemulihan perekonomian Indonesia dengan melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.

Kwartono

Menurutnya, klasifikasi didalam usaha yang dapat dikatakan ialah sebagai UMKM berarti usaha yang

mempunyai kekayaan bersih <Rp. 200.000.000,- yang mana perhitungan tersebut menurut dengan omset penjualan tahunan perusahaan.

2. Perbedaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan, yakni sebagai berikut.

- a. Usaha Mikro adalah sebuah Usaha produktif milik perseorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang telah diatur oleh undang-undang
- b. Usaha Kecil adalah sebuah usaha Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perseorangan 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 yang diatur dalam undang-undang. Usaha kecil ini juga merupakan usaha yang memiliki 50 orang anggota tenaga kerja dan menurut undang - undang nomor 9 tahun 1995 usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih sebesar Rp.200.000.000,- (tidak termasuk bangunan dan tanah) dan penjualan paling banyak Rp.1.000.000,-.
- c. Usaha Menengah adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang menjadi bagian langsung ataupun tidak langsung dengan usaha kecil dan usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Adapun Kriteria UMKM yang harus dipenuhi menurut Undang - undang no 20 tahun 2008

No	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
2	Usaha Kecil	50 – 500 Juta	300 Juta – 2,5 Milyar
3	Usaha Menengah	500 Juta – 10 Milyar	2,5 – 50 Milyar

3. Kriteria UMKM

Sebuah usaha disebut sebagai usaha UMKM itu apabila memenuhi beberapa kriteria tertentu. Didalam penetapan kriteria tersebut penting untuk bisa menentukan jenis yang akan dikelola badan usaha supaya mendapatkan ijin usaha. Dibawah ini merupakan penjelasan mengenai kriteria UMKM;

a. Usaha Mikro

Merupakan suatu badan usaha dikatakan ialah sebagai masuk kriteria usaha mikro jika mempunyai kekayaan bersih dibawah Rp. 50.000.000,- per bulan dalam hal tersebut bangunan dan juga tempat usaha tidak masuk hitungan.

Contoh Usaha Mikro

Jenis usaha mikro diantaranya itu **warung** nasi, tukang cukur, tambal ban, peternak lele, warung kelontong, peternak ayam, dsb.

Ciri-Ciri Usaha Mikro

Berikut ini adalah ciri-ciri usaha mikro:

- 1) Jenis barang yang dijual itu tidak selalu tetap atau sama, artinya dapat berubah kapanpun.
- 2) Tempat usahanya juga tidak menetap, artinya dapat berpindah tempat sewaktu-waktu.
- 3) Belum pernah melakukan dalam hal administrasi keuangan, serta juga menggabungkan kekayaan keluarga dengan keuangan usaha.
- 4) Tetap dapat berkembang meski negara mengalami krisis ekonomi.
- 5) Tidak sensitif terhadap suku bunga.
- 6) Pemilik usaha mikro ini biasanya jujur serta ulet

dan juga mau untuk dibimbing apabila menerima pendekatan yang tepat.

- 7) Sulit untuk mendapat bantuan kredit dari perbankan
- 8) Tenaga kerja yang dimiliki tidak banyak, sekitar 1 sampai 5 orang saja, termasuk juga anggota keluarganya.
- 9) Usahanya juga relatif kecil.
- 10) Lokasi usaha itu berada di lingkungan rumah
- 11) Jarang terlibat dalam kegiatan atau aktivitas ekspor-impor.
- 12) Manajemen usaha juga dilakukan sendiri dengan secara sederhana.

b. Usaha Kecil

Yang dikatakan ialah sebagai usaha kecil merupakan sebuah usaha yang dikelola oleh perorangan dan juga bukan dengan melalui badan usaha. Kriteria usaha kecil ialah sebagai usaha mikro jika mempunyai atau memiliki kekayaan bersih dibawah Rp. 300.000.000,- per tahun.

Contoh Usaha Kecil

Pada hakikatnya, usaha kecil ini digolongkan menjadi tiga (3) macam jenis diantaranya:

- 1) Industri kecil, contohnya seperti: industri logam, industri rumahan, industri kerajinan tangan, dan lain sebagainya.
- 2) Perusahaan berskala kecil, contohnya seperti: koperasi, mini market, toserba, dan lain-lain.
- 3) Usaha informal, contohnya seperti: pedagang kaki lima dengan menjual sayur, daging, dsb

Ciri-Ciri Usaha Kecil

Berikut ini merupakan beberapa hal yang membedakan usaha kecil dengan jenis usaha lainnya:

- 1) Tidak mempunyai sistem pembukuan. Hal tersebut mengakibatkan pengusaha kecil tidak dapat atau sulit mendapat bantuan kredit dari perbankan.
- 2) Sulit untuk dalam meningkatkan atau juga memperbesar skala usahanya. Hal tersebut terjadi disebabkan karena

biasanya teknologi yang digunakan memiliki sifat semi modern, bahkan juga ada yang mengerjakan usaha kecil dengan secara tradisional (tanpa teknologi).

- 3) Tidak terlibat dalam aktivitas / kegiatan ekspor-impor.
- 4) Modal yang dimiliki jumlahnya terbatas.
- 5) Pemilik usaha kecil tidak dapat membayar gaji pegawai dalam jumlah besar.
- 6) Biaya produksi per unit lebih tinggi disebabkan karena pemilik usaha kecil ini tidak mendapat diskon pembelian seperti yang didapat dari perusahaan besar.
- 7) Jenis produk yang dijual juga tidak banyak. Apabila produk baru mereka tidak laku di pasaran, atau juga produk lamanya itu ketinggalan zaman, usaha kecil tersebut bisa saja mengalami kebangkrutan.
- 8) Kurang dapat dipercaya oleh masyarakat. Usaha kecil tersebut harus berusaha dan juga memberikan bukti saat menawarkan produk baru. Disebabkan, apabila reputasinya dulu itu kurang akan diperhitungkan oleh masyarakat. Masyarakat akan cenderung menerima serta juga menyukai produk dari perusahaan besar dikarenakan sudah memiliki namanya sudah dikenal banyak orang.

c. Usaha Menengah

Dikatakan sebagai usaha menengah jika keuntungan bersih badan usaha itu tidak lebih dari Rp. 500.000.000,- per bulan. Perhitungan itu tidak termasuk kekayaan tanah serta juga bangunan. Usaha menengah tersebut juga **termasuk** kriteria UMKM disebabkan karena kepanjangan UMKM itu sendiri yakni Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Contoh Usaha Menengah

Berikut ini adalah beberapa jenis usaha menengah:

- 1) Usaha perkebunan, peternakan, pertanian, kehutanan skala menengah.
- 2) Usaha perdagangan skala besar yang melibatkan aktivitas atau kegiatan ekspor-impor.
- 3) Usaha ekspedisi muatan kapal laut, garmen, serta

- juga jasa transportasi seperti bus dengan jalur antar propinsi.
- 4) Usaha industri makanan, minuman, elektronik, serta juga logam.
 - 5) Usaha pertambangan.

Ciri-Ciri Usaha Menengah

Berikut ini adalah beberapa ciri usaha menengah yang membedakannya dengan jenis usaha lain:

- 1) Memiliki manajemen usaha yang lebih baik dan lebih modern. Adanya pembagian tugas yang jelas antara bagian produksi, bagian pemasaran, bagian keuangan, dsb.
- 2) Pernah melakukan administrasi keuangan dengan cara menerapkan sistem akuntansi secara teratur. Hal ini akan mempermudah pihak tertentu dalam melakukan pemeriksaan dan juga penilaian.
- 3) Memberikan jaminan sosial kepada para pekerja, seperti jamsostek, jaminan kesehatan, dsb.
- 4) Telah mengurus segala persyaratan legalitas, seperti izin tetangga, izin usaha, NPWP, izin tempat, dan lain sebagainya.

4. Ciri-Ciri UMKM

UMKM didalam pelaksanaannya itu memiliki karakteristik yang berbeda. Karakteristik ini bertujuan untuk dapat membedakan UMKM dengan jenis usaha lainnya. Disebabkan karena UMKM sendiri merupakan bentuk usaha yang berbeda dengan jenis usaha biasanya. Nah dibawah ini merupakan ciri-ciri dari UMKM diantaranya sebagai berikut:

a. Barangnya Dapat Berganti-Ganti

Barang yang diperjual belikan dalam aktivitas atau kegiatan UMKM dapat berganti-ganti. Hal tersebut dikarenakan UMKM merupakan usaha mikro kecil serta menengah yang jumlah barang dagangannya itu belum terlalu banyak. Untuk itu tidak akan ada masalah jika berganti barang dagangan.

- b. Lokasi Dapat Berpindah-pindah
Lokasi didalam penerapan UMKM tersebut dapat berpindah-pindah. Perpindahan itu disebabkan ijin badan usaha yang didapatkan oleh pengelola UMKM tersebut tidak termasuk tanah dan juga bangunan. Maka akan dapata sangat mudah apabila ingin berpindah lokasi pekerjaan.
- c. Belum Mempunyai Administrasi Organisasi
Didalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas perdagangan, suatu UMKM menjalankan bisnisnya itu tidak atas dasar administrasi organisasi. Hal tersebut disebabkan karena belum adanya pengaturan kebijakan dari badan usaha itu sendiri.
- d. Jenis UMKM
Didalam pelaksanaannya, UMKM ini memiliki beberapa jenis. Jenis ini berfungsi untuk bisa membagi beberapa jenis UMKM supaya mudah apabila menerima ijin usaha dari pemerintah. Dibawah ini merupakan beberapa jenis dari UMKM.
- e. Kuliner
Kuliner merupakan suatu usaha yang bergerak dalam segala macam bidang makanan dan minuman. Kuliner tersebut dapat dijadikan ialaah sebagai UMKM jika usaha penjualan makanan itu masih dalam lingkup UMKM yang mengutamakan penjualan dalam jumlah mikro (kecil).
- f. Fashion
Fashion merupakan suatu usaha di bidang pakaian. Salah satu darai kebutuhan pokok manusia ialah pakaian. Usaha fashion ini merupakan usaha yang menjanjikan disebabkan karena tiap-tiap orang membutuhkan pakaian. Namun untuk usaha fashion yang termasuk ke dalam UMKM harus masuk kriteria UMKM seperti pada penjelasan diatas.
- g. Agribisnis
Agribisnis merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang pertanian. UMKM yang menjalankan mengenai agribisnis ini umumnya menjual pupuk, bibit tanaman, pestisida,

serta lain-lain. UMKM agribisnis tersebut juga biasanya terdapat di pedesaan yang mempunyai lahan pertanian dalam jumlah cukup banyak dan juga luas.

5. Kelebihan UMKM

Dibawah ini merupakan kelebihan yang dimiliki UMKM diantaranya sebagai berikut:

- a. Pemilik usaha itu bebas dalam bertindak serta juga dalam mengambil keputusan.
- b. Pemilik umumnya memiliki peran atau juga turun tangan dengan secara langsung dalam menjalankan usaha.
- c. Usaha yang dijalankan itu memang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.

6. Kekurangan UMKM

Dibawah ini merupakan kekurangan yang dimiliki UMKM diantaranya sebagai berikut:

- a. Sulit untuk dapat mengembangkan usaha disebabkan karena jumlah modal yang dimiliki terbatas.
- b. Sulit untuk bisa mendapat karyawan disebabkan karena jumlah gaji yang ditawarkan itu tidak terlalu besar.
- c. Biasanya lemah dalam spesialisasi. Pemilik usaha UMKM ini tidak berjualan barang tertentu dengan secara tetap. Artinya Mereka dapat saja menjual barang lain dilain waktu.

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum yang dilaksanakan merupakan penelitian hukum normatif dengan metode pendekatan *yuridis normatif* yang menitikberatkan penggunaan bahan atau materi penelitian data sekunder dengan di dukung oleh data kepustakaan. Di samping itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan perundang undangan (*statute approach*), pendekatan historis (*historical approach*), dan pendekatan perbandingan (*comparative approach*). Dilihat dari spesifikasinya, penelitian ini termasuk deskriptif analitis yaitu penelitian yang menggambarkan dan menganalisis permasalahan yang berhubungan dengan perlindungan hukum UMKM dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam penelitian ini, proses perolehan data untuk menunjang hasil penelitian dilakukan melalui tahapan studi kepustakaan (*library research*) dengan menggunakan data sekunder, yaitu mencoba untuk menemukan buku-buku, konsep-konsep, teori-teori dan pendapat para ahli serta penemuan yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan.

PEMBAHASAN

UMKM secara keseluruhan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik seiring berganti tahun. Misalnya pada tahun 2010, total jumlah unit UMKM sebanyak 54.114.821. Lalu dalam pemberitaan terakhir, jumlah tersebut sudah mencapai angka 63 juta. Perkembangan potensi UMKM di Indonesia tidak terlepas dari dukungan perbankan dalam penyaluran kredit kepada pelaku UMKM. Menurut data Bank Indonesia, setiap tahunnya kredit kepada UMKM mengalami pertumbuhan. Walaupun pada 2015, sekitar 60%-70% dari seluruh sektor ini belum mempunyai akses pembiayaan melalui perbankan. Bank Indonesia telah mengeluarkan ketentuan yang mewajibkan kepada perbankan untuk mengalokasikan kredit/pembiayaan kepada UMKM mulai Tahun 2015 sebesar 5%, 2016 sebesar 10%, 2017 sebesar 15%, dan pada akhir Tahun 2018 sebesar 20%. Pada zaman globalisasi seperti sekarang ini, semua orang harus berlomba-lomba menjalankan UMKM dan meraih peluang bisnis yang ada.

Perkembangan UMKM Di Indonesia

Data yang dihimpun dari kementerian koperasi dan UMKM adalah sebagai berikut:

1. 2009 berjumlah 52.764.750 unit dengan pangsa 99,99%
2. 2010 berjumlah 54.114.821 unit dengan pangsa %100,53
3. 2011 berjumlah 55.206.444 unit dengan pangsa %99,99
4. 2012 berjumlah 56.534.592 unit dengan pangsa %99,99
5. 2013 berjumlah 57.895.721 unit dengan pangsa %99,99
6. 2014 berjumlah 57.895.721 unit dengan pangsa %99,99
7. 2015 berjumlah 59.262.772 unit dengan pangsa %99,99

8. 2016 berjumlah 61.651.177 unit dengan pangsa %99,99
9. 2017 berjumlah 62.922.617 unit dengan pangsa %99,99

Bila digambarkan dalam grafik maka akan terlihat kenaikan jumlah UMKM di Indonesia mencapai 99,9% dari total unit usaha di Indonesia. Dengan data ini, dapat disimpulkan jika UMKM memiliki peran besar dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi Tanah Air.

Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Indonesia

1. **Pemanfaatan Sarana Teknologi, Informasi dan Komunikasi**
Kemajuan UMKM disejalankan dengan perkembangan teknologi yang semakin kian berkembang. Hasil penelitian menyatakan bahwa salah satu kesuksesan bisnis adalah penunangan teknologi yang baik dan tepat sasaran. Pada tahun 2017, 8 juta unit usaha mikro, kecil dan menengah yang sudah *go digital*. Angka ini diharapkan terus bertambah demi keberlangsungan dan kemajuan bisnis di Indonesia.
2. **Kemudahan Pinjaman Modal**
Perkembangan bisnis usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia tidak terlepas dari dukungan perbankan di Indonesia. Untuk mendorong pertumbuhan UMKM, diperlukan keterbukaan akses pembiayaan dari perbankan dan alokasi kredit khusus untuk UMKM.
3. **Menurunnya Tarif PPh Final**
Penurunan tarif PPh akan berdampak baik bagi para pemilik bisnis usaha mikro, kecil dan menengah untuk mempermudah pebisnis menjalankan kewajiban perpajakan pada negara dan juga memberikan kesempatan untuk perkembangan usaha serta investasi karena adanya keringanan dari penurunan tarif pajak.

Bentuk Perlindungan Hukum yang Diberikan Kepada Umkm Khususnya PKL Berkaitan dengan Surat Izin Untuk Berdagang

Perlindungan hukum bagi pedagang kaki lima sesuai dengan teori keadilan John Rawls dikembangkan dari dua ide fundamental yaitu masyarakat sebagai sistem kerja sama sosial yang berkesinambungan dari satu generasi ke generasi berikutnya dan manusia sebagai makhluk moral. Menurut Rawls, suatu konsepsi keadilan sosial harus dipandang sebagai instansi pertama, standar dari mana aspek distributif struktur dasar masyarakat dinilai. Konsepsi seperti itu haruslah menetapkan cara menempatkan hak-hak dan kewajiban di dalam lembaga-lembaga dasar masyarakat, serta caranya menetapkan pendistribusian yang pas berbagai nikmat dan beban dari kerja sama sosial. Pandangan ini dituangkan Rawls dalam konsepsi umum keadilan intuitif berikut: "Semua nikmat primer kemerdekaan dan kesempatan, pendapatan dan kekayaan, dan dasar-dasar kehormatan diri harus dibagikan secara sama (*equally*), pembagian tak sama (*unequal*) sebagian atau seluruh nikmat tersebut hanya apabila menguntungkan semua pihak".

Konsep umum di atas menampilkan unsur-unsur pokok keadilan sosial bahwa (1) prinsip pokok keadilan sosial adalah *equality* atau kesamaan; yaitu: (2) kesamaan dalam distribusi; atas (3) nikmat-nikmat primer (*primary goods*); namun (4) ketidaksamaan (*inequalities*) dapat ditoleransi sejauh menguntungkan semua pihak. Dalam konsepsi umum ini, tampak bahwa teori keadilan Rawls mencakup dua sisi dari masalah keadilan: kesamaan (*equality*) dan ketidaksamaan (*inequality*). Di satu sisi, keadilan sosial adalah penerapan prinsip kesamaan dalam masalah distribusi nikmat-nikmat primer. Sementara di lain sisi, diakui, ketidaksamaan dapat ditoleransi sejauh hal itu menguntungkan semua, terutama golongan yang tertinggal.

Pada titik ini, konsepsi umum teori keadilan Rawls tampak sudah cukup gamblang. Namun demikian, kalau dicermati lebih dalam, masih terdapat beberapa persoalan yang masih mengambang. Misalnya, konsepsi tersebut belum menjelaskan

sejauh apa batas-batas ketimpangan yang diperbolehkan itu. Seandainya dihadapkan pada pilihan antara kebebasan dan kemakmuran ekonomi, manakah yang harus diprioritaskan. Jika sebuah kota memberikan perlindungan hukum bagi semua pedagang, maka keputusan tersebut tentu menguntungkan semua (prinsip *equality*). Hanya saja, bukankah keputusan tersebut berakibat pada makin besarnya jumlah pedagang kaki lima.

Menyadari persoalan-persoalan yang mungkin muncul ini, Rawls membuat rumusan yang lebih terperinci untuk menjabarkan teori keadilannya melalui apa yang ia sebut dengan konsepsi keadilan. Menurut konsepsi khusus ini, Rawls mengemas semua nikmat-nikmat primer ke dalam cakupan dua prinsip pokok. Pertama, masalah yang terkait dengan kesamaan kemerdekaan dasar warga (*equal basic liberties*), yakni kemerdekaan politik (seperti hak pilih dan hak memasuki jabatan-jabatan publik) dan kebebasan serta hak yang sudah biasa dikenal sebagai hak-hak asasi manusia (kebebasan bekerja, berpikir, berpendapat dan berserikat, kemerdekaan hati nurani, bebas dari penahanan dan penangkapan sewenang-wenang sesuai dengan konsep *the rule of law*). Intinya, prinsip ini menegaskan bahwa warga dalam masyarakat berkeadilan sosial memiliki hak-hak fundamental (*basic rights*) yang sama. Kedua, masalah yang terkait dengan ketimpangan ekonomi dan kesempatan sosial. Prinsip kedua berusaha menegaskan bahwa sementara pembagian kesejahteraan dan pendapatan tidak harus sama, namun haruslah menguntungkan semua, sedangkan posisi kekuasaan dan jabatan-jabatan yang menentukan haruslah terbuka untuk semua.

Menurut konsepsi khusus teori keadilannya, Rawls mengikat kedua aspek tersebut dalam satu rumusan “dua prinsip keadilan” dimana prinsip pertama mendahului prinsip kedua dalam urutan leksikal. Artinya, urutan prinsip kesamaan kemerdekaan (*equal liberty*) sebagai prinsip pertama, mendahului prinsip pengaturan kesamaan ekonomi (*economic equality*) dan ketidaksetaraan sosial (*social inequality*). Ini disusun seperti urutan kata dalam kamus dan tidak boleh dibalik.

Dengan kata lain, prinsip politik harus lebih dahulu daripada prinsip-prinsip ekonomi dan sosial. Prinsip kemerdekaan tidak bisa dinegosiasikan atau dikompromikan demi keuntungan-keuntungan ekonomi dan sosial yang lebih besar. Konsepsi khusus dimaksud sebagai berikut:

1. Prinsip Pertama

Setiap orang memiliki hak sama sejauh yang dapat dicakup keseluruhan sistem kesamaan kemerdekaan fundamental yang setara bagi kemerdekaan semua warga yang lain.

2. Prinsip Kedua

Ketidaksamaan sosial dan ekonomi ditata sedemikian rupa sehingga pertama paling menguntungkan bagi yang paling tertinggal dan kedua posisi-posisi dan jabatan-jabatan terbuka bagi semua di bawah syarat kesamaan kesempatan yang fair.

Konsep 'prinsip perbedaan' merupakan cara yang digunakan Rawls untuk menjustifikasi dan melegitimasi ketidaksamaan distributif: kesamaan dalam distribusi nikmat-nikmat primer ekonomi dan sosial, dengan pengecualian hanya apabila menguntungkan semua pihak, khususnya golongan yang paling tertinggal.

Berbicara mengenai perizinan di dalam lingkup pedagang kaki lima, maka perlu ditinjau terlebih dahulu mengenai pengertian perizinan itu sendiri. Menurut Adrian Sutedi perizinan adalah salah satu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan dan bersifat pengendalian yang dimiliki oleh pemerintah terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Perizinan dapat berbentuk pendaftaran, rekomendasi, sertifikasi, penentuan kuota dan izin untuk melakukan sesuatu usaha yang biasanya.

Izin adalah persetujuan dari penguasa berdasarkan Undang-undang atau peraturan pemerintah untuk dalam keadaan tertentu menyimpang dari larangan umum tersebut. Izin dalam istilah asing (Belanda) disebut *Vergunning*. Bentuk Izin itu harus tertulis. Izin adalah dokumen yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah berdasarkan peraturan daerah atau peraturan lainnya

yang merupakan bukti legalitas, menyatakan sah atau diperbolehkannya seseorang atau badan untuk melakukan usaha atau kegiatan tertentu baik dalam bentuk izin maupun tanda daftar usaha. Tujuan izin yaitu untuk mempengaruhi masyarakat untuk mengikuti keinginan pemerintah.

Dalam hal perlindungan hukum pemberian izin terhadap UMKM sudah diatur dalam Undang-undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah. Khususnya dalam pasal 12, adapun bunyinya:

Pasal 12

(1) Aspek perizinan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf e ditujukan untuk:

- a. menyederhanakan tata cara dan jenis perizinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu; dan
- b. membebaskan biaya perizinan bagi Usaha Mikro dan memberikan keringanan biaya perizinan bagi Usaha Kecil.

(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai persyaratan dan tata cara permohonan izin usaha diatur dengan Peraturan Pemerintah. Sedangkan Rincian mengenai penempatan pedagang kaki lima di Kota Surabaya terdapat di dalam Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 9 Tahun 2014 Tentang Penyediaan Ruang Bagi Pedagang Kaki Lima di Pusat Perbelanjaan dan Pusat Perkantoran Di Kota Surabaya.

Dalam Pasal 4 berkaitan dengan Penyediaan Ruang bagi PKL bertujuan untuk:

- a. penataan PKL di daerah sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan daya saing PKL sebagai sektor informal menjadi sektor formal;
- b. membangun kemitraan antara pelaku usaha dengan PKL berdasarkan prinsip kesamaan dan keadilan dalam menjalankan usaha di bidang perdagangan;
- c. mensinergikan sektor formal dan informal sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Kemudian dalam Pasal 7(1) bahwasanya ada beberapa Jenis Pusat Perbelanjaan yang wajib menyediakan ruang bagi PKL sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 meliputi:

- a. Pertokoan;
- b. Mall;
- c. Plaza; dan
- d. Pusat Perdagangan.

(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai kriteria dan klasifikasi penyediaan ruang bagi PKL untuk setiap jenis Pusat Perbelanjaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Peraturan Walikota Pada prinsipnya seluruh usaha perdagangan harus memiliki surat izin, yang dinamakan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau Tanda Daftar Usaha (TDU). Dengan dimilikinya SIUP maka usaha akan terjamin legalitasnya. Persoalannya adalah cara memperoleh SIUP. Di era otonomi, boleh jadi, setiap daerah memiliki kebijakan tersendiri, termasuk di dalamnya pengelolaan perizinan usaha (UMKM dan sebagainya). Tentu saja, jika tidak memiliki izin maka pedagang kaki lima yang berjualan di pinggir jalan akan berpotensi mengganggu kepentingan umum. Bentuk sanksi bermacam-macam, dari yang hanya memberikan teguran, penggusuran, hingga kurungan maupun denda dalam bentuk uang.






Umumnya, setiap pedagang kaki lima hanya diizinkan untuk memiliki satu izin, dan izin itu berlaku selama waktu tertentu dan bisa diperpanjang sesuai dengan persyaratan. Izin juga dapat dialihkan kepada pihak lain, sesuai dengan persetujuan pejabat yang berwenang. Pengusaha mikro, termasuk di dalamnya pedagang kaki lima, sering kali malas untuk mengurus surat izin dikarenakan proses yang berbelit-belit dan lama.

Upaya proses Surat Izin Usaha Perdagangan dapat diberikan secara gratis secara nasional-sedang digodok. Kementerian Perdagangan (Kemendag) tengah mencanangkan program pemberian surat izin usaha perdagangan bagi para pedagang kaki lima di seluruh Indonesia. Program ini harus didukung oleh

setiap penda/pemko walaupun masih ada risiko di lapangan karena seringkali ada pungli yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu. Disebut pungli karena sebenarnya pedagang kaki lima cukup berperan di dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah suatu daerah. Jika ada pungli, maka uang tidak masuk ke kas daerah. Adapun persyaratan untuk memiliki Tanda Daftar Usaha (TDU) adalah:

1. KTP yang masih berlaku
2. Pas foto terbaru berwarna, ukuran 4x6 cm sebanyak 2 lembar
3. Surat rekomendasi yang telah ditandatangani Lurah/ Kepala Desa
4. Surat persetujuan dari pemilik lahan dan/atau bangunan yang berbatasan langsung dengan lokasi usaha PKL (Surat Izin Dari Pemilik Lahan)
5. Mengisi formulir data usaha yang disediakan
6. Mengisi formulir surat pernyataan yang disediakan

Rekomendasi Kartu Tanda Daftar Usaha Pedagang Kaki Lima (KTDU-PKL)

No	Uraian Prosedur	Pelaksana			Mutu Baku			Ket
		Petugas Loket	Kasi Pelayanan Umum	Camat	Persyaratan/ Kelengkapan	Waktu	Output	
1.	Menerima dan memeriksa kelengkapan berkas permohonan				Berkas permohonan	10 menit	Rekap data	Berkas permohonan: a. KTP yang masih berlaku dan beralamat di kabupaten Sragen; b. Pas foto terbaru berwarna, ukuran 4x6 cm sebanyak 2 lembar; c. Surat rekomendasi yang telah ditandatangani Lurah/ Kepala Desa; d. surat persetujuan dari pemilik lahan dan/atau bangunan yang berbatasan langsung dengan lokasi usaha PKL (Surat Izin Dari Pemilik Lahan); e. Mengisi formulir data usaha yang disediakan; f. Mengisi formulir surat pernyataan yang disediakan.
2.	Memberikan rekomendasi KTDU-PKL				Rekap data	15 menit	Surat rekomendasi	
3.	Memberikan tanda tangan pengesahan (mengetahui) pada Surat Rekomendasi KTDU-PKL				Rekomendasi KTDU-PKL	5 menit	Tanda tangan pengesahan	
4.	Memberikan perintah input data				Rekomendasi KTDU-PKL	3 menit	Perintah melanjutkan proses	
5.	Melakukan input data, serta menyerahkan Rekomendasi KTDU-PKL kepada pemohon				Rekomendasi KTDU-PKL	15 menit	Tanda terima	

Adapun alur /proses pendaftarannya dapat dilihat dari gambar dibawah ini:

Dengan mengantongi izin usaha, para pedagang memiliki hak untuk dilindungi oleh pemerintah, jika (pedagang) mengalami hal-hal yang tidak diinginkan dan merugikan para pedagang, seperti: mendapat pungutan tidak resmi. Keuntungan lain bagi pedagang yang memiliki izin adalah meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada pedagang. Kepercayaan masyarakat yang tinggi akan memudahkan pedagang untuk mendapatkan modal. Banyak program pemerintah yang berbentuk bantuan, baik yang bersifat keuangan maupun

pelatihan usaha kepada para pedagang. Selain itu, bantuan juga bisa datang dari lembaga keuangan yang sifatnya syar'i. Berbagai alternatif bantuan yang ada, jika dimanfaatkan sebaik-baiknya akan memperbesar usaha yang dirintis.

KESIMPULAN

1. Perkembangan UMKM di Indonesia menunjukkan pola yang baik. Adanya dukungan dari pemerintah melalui cara-cara tertentu memengaruhi angka pertumbuhan jumlah unit usaha mikro, kecil, dan menengah. Pemanfaatan sarana teknologi dan komunikasi, alokasi kredit usaha dari perbankan untuk rakyat, serta menurunnya tarif pajak PPh Final menjadi beberapa faktor yang mendorong perkembangan UMKM di Indonesia. Meski begitu, pertumbuhan ini dinilai masih lambat karena beberapa faktor pendukung tersebut dinilai belum terlalu efektif.
2. Dalam hal perlindungan hukum pemberian izin terhadap UMKM sudah diatur dalam Undang-undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah. khususnya salam pasal 12.Sedangkan Rincian mengenai penempatan pedagang kaki lima di Kota Surabaya terdapat di dalam Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 9 Tahun 2014 Tentang Penyediaan Ruang Bagi Pedagang Kaki Lima di Pusat Perbelanjaan dan Pusat Perkantoran Di Kota Surabaya baik dalam pasal 4 dan pasal 5. Pada prinsipnya seluruh usaha perdagangan harus memiliki surat izin, yang dinamakan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau Tanda Daftar Usaha (TDU). Dengan dimilikinya SIUP atau TDU maka usaha akan terjamin legalitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbot, K.W., et al. *Legalization and World Politics International Organization*, Volume 54. No.3. Summer, 2000.
- Adrian Sutedi, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011

- Asmaria, *Pembinaan Pedagang Kaki Lima dalam Menertibkan Pasar di Kota Bandarlampung. (Studi Pasar Bambu Kuning Bandarlampung)*. Jurnal Sains dan Inovasi III (1) ,2007.
- Ibrahim, Johnny, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayu Media Publishing, Malang, 2006.
- Ina Primiana, *Menggerakkan Sektor Rill UMKM dan Industri*, Alfabeta, Bandung, 2009.
- Ina Heliany , *Peran Hakim Dalam Penjatuhan Pidana Badan Terhadap Anak yang Berkonflik Dengan Hukum*, Jurnal Sol Justisio, Volume 1 No. 1 April, 2019.
- Irfan Ferial Lubis, *Perlindungan Hukum Bagi Pedagang Kaki Lima dan kontribusinya, Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Binjai*, Jurnal Mercatoria Vol. 6 No. 2 Desember 2013
- John Rawls, *Teori Keadilan (terjemahan A Theory of Justice)*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006
- Komarudin, Ade, *Politik Hukum Integratif UMKM, Kebijakan Negara Membuat UMKM Maju dan Berdaya Saing*, PT Semesta Rakyat Merdeka, Jakarta , 2014
- Kusumaatmadja, Mochtar, *Hukum, Masyarakat, dan Pembinaan Hukum Nasional*, Binacipta, Bandung, 1995.
- Sulistia, Teguh, *Aspek Hukum Usaha Kecil Dalam Ekonomi Kerakyatan*, Andalas University Press, Padang, 2006
- Laurensius Arliman S , *Perlindungan Hukum UMKM Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (UMKM Legal Protection from Economic Exploitation to Improve Social Welfare)* Rechtvinding, Volume 6, No. 3, Desember 2017.
- Manan, B., *Hubungan Antara Pusat dan Daerah Berdasarkan Asas Desentralisasi Menurut UU 1945 Disertasi*, Bandung, 1990.
- Mulyanto, *Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Usaha Pedagang Kaki Lima Menetap (Suatu Survey Pusat Perdagangan dan Pariwisata di Kota Surakarta*, Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis. Surakarta, 2004.
- Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, PT. Dwi Chandra Wacana, Yogyakarta, 2010.

- Simanjuntak, M., *Pandangan Negara Integralistik*, Grafiti, Jakarta, 1997.
- Spelt, N.M., J.B.J.M. Ten Berge, Philipus. M. Hadjon, *Pengantar Hukum Perizinan*, Yuridika, Surabaya, 1990.
- SS, Kusumanigtuti, *Peranan Hukum dalam Penyelesaian Krisis Perbankan di Indonesia*, Rajawali Press, Jakarta, 2009.
- Sutedi, A., *Hukum Perizinan dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010.
- Sutrisno, B., et al., 2007, *Pola Penataan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kota Surakarta Berdasar Paduan Kepentingan PKL, Warga Masyarakat, dan Pemerintah Kota*. *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 8, No. 2, 2007. Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Tanjung, K., dan Januari S., *Fungsi dan Peran Lembaga KPPU dalam Praktek Persaingan Usaha di Kota Medan Mercatoria*, 6 (1): 64-85, 2013.
- Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, LP3ES, Jakarta, 2012.
- Tiktik Sartika Partomo dan Abd.Rachman Soejoedono, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koprasi*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2004
- Wie, Thhe Kian, *Prolog*, dalam Nurul Widyaningrum, *et-al, Pola-Pola Eksploitasi Terhadap Usaha Kecil*, Yayasan Akatiga, Yogyakarta, 2003
- Yoserwan, *Hukum Ekonomi Indonesia, Dalam Era Reformasi dan Globalisasi*, Andalas University Press, Padang, 2006

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah
- Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 9 Tahun 2014 Tentang Penyediaan Ruang Bagi Pedagang Kaki Lima di Pusat Perbelanjaan dan Pusat Perkantoran Di Kota Surabaya

Situs Internet

Rudy Irwan Gunarto, Mengenal Apa itu UMKM, retrifed from: <https://fintekmedia.id/post/mengenal-apa-itu-umkm>, 8 Mei 2020.

Nanda Moratama, *Pemberian Izin Usaha Perdagangan Pada Sektor Pedaganag Kaki Lima*, Retrified From: https://www.researchgate.net/publication/336890134_PEMBERIAN_IZIN_USAHA_PERDAGANGAN_PADA_SEKTOR_PEDAGANG_KAKI_LIMA 8 Mei 2020.

Parta Ibeng, *UMKM : Pengertian, Ciri, Kriteria, Jenis, Contoh Lengkap*, Retrified From: <https://pendidikan.co.id/pengertian-umkm/> 5 Mei 2020.

Indra Hendriana, *UMKM Berbadan Hukum Masih Kecil* ,Retrifed From : <https://ekonomi.inilah.com/read/detail/2443605/umkm-berbadan-hukum-masih-kecil>, 5 Mei 2020

https://statistik.dgip.go.id/statistik/production/merek_umkm.php

BAB 7

ASPEK PERPAJAKAN PADA UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19

*Mainita Hidayati¹, Ratih Kumala², Wuwuh Andayani³,
Ridwal⁴, dan Aldino⁵*
¹²³⁴⁵ *Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI*

PENDAHULUAN

Di akhir bulan April 2020 Virus Corona atau identik dengan istilah Covid -19 telah menjangkit lebih dari tiga juta jiwa di dunia dan membunuh lebih dari dua ratus ribu jiwa. Virus ini pertama kali ditemukan pada akhir tahun 2019 di salah satu wilayah Cina yaitu Kota Wuhan. Saat ini virus Covid-19 telah menyebar ke banyak negara termasuk Indonesia, yang kini semakin memburuk dengan bertambahnya jumlah korban setiap harinya. Dalam jangka waktu tiga bulan saja, pandemi virus Covid -19 telah berdampak luas ke berbagai negara. Tidak hanya menginfeksi atau membunuh jutaan jiwa, namun menyebabkan manusia dan segala jenis aktivitas tak lagi bebas lalu lalang. Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai cara dalam rangka pencegahan penularan virus ini, seperti *physical distancing*, *social distancing*, *lockdown*, dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Dalam kondisi endemi ini, secara tidak langsung akan menimbulkan dampak yang besar bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) karena aktivitas semua serba terbatas. Upaya DJP dalam menghimpun penerimaan pajak tahun ini cukup berat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan karena semua faktor usaha tengah berusaha untuk bertahan dari krisis ekonomi akibat wabah virus corona Covid-19 yang tak kunjung usai. Ditambah lagi adanya pelarangan arus mudik Lebaran yang membuat perputaran ekonomi dari sektor transportasi pun jatuh terpuruk. Dengan kondisi serba terbatas ini, DJP tetap berupaya memaksimalkan mengejar target setoran ke kas negara. Salah satu upaya yang dilakukan oleh DJP akan menindaklanjuti terbitnya Perpu No.1/2020 tentang Kebijakan Keuangan Untuk Penanganan Pandemi *Coronavirus Disease-2019* (Covid-19) dan/atau dalam Rangka Menghadapai Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan.

Adanya PERPU ini akan menjadi dasar untuk penyisiran subyek dan obyek pajak baru terkait transaksi digital dari luar negeri (PMSE), terutama untuk pemungutan PPN. Dan saat ini Kementerian Keuangan tengah berusaha menyelesaikan aturan teknis terkait PMSE ini dalam bentuk Peraturan Menteri Keuangan (PMK). Apalagi, negara-negara G-20 berkomitmen untuk melanjutkan solusi pajak digital global yang dirancang OECD, meski ditengah tekanan pandemi Covid -19.

Selain itu, untuk menjaga penerimaan pajak di bulan April ini, DJP tidak memberikan relaksasi atas batas waktu pelaporan dan pembayaran Pajak Penghasilan (PPH). Batas setoran akhir tetap sesuai SPT Tahunan 2019, mengingat nilainya cukup material. Namun, DJP memberikan relaksasi penyampaian dokumen kelengkapan SPT Tahunan sampai dengan 30 Juni 2020.

Di sisi lain, meski ada penerapan PSBB di sejumlah daerah, DJP tetap melakukan tugasnya dalam berinteraksi dengan wajib pajak. Kantor pajak terus melaksanakan fungsi edukasi, ekstensifikasi, pengawasan, dan penegakkan hukum dalam

rangka perluasan basis pajak. Edukasi atau penyuluhan kepada wajib pajak tetap dilakukan DJP dengan memanfaatkan media elektronik. Salah satunya dengan membuka kelas pajak *on-line* saat ini dalam rangka membimbing wajib pajak dalam menyampaikan SPT Tahunannya. Tujuan ini dilakukan guna untuk meningkatkan kepatuhan sukarela wajib pajak yang tinggi dan pengawasan serta penegakkan hukum yang berkeadilan.

POKOK BAHASAN

1. Syarat dan cara pembuatan NPWP bagi UMKM
2. Hak, kewajiban Wajib Pajak UMKM dan manfaat NPWP
3. Tata cara pembukuan dan pencatatan UMKM
4. Tata cara penghitungan dan pelaporan pajak UMKM

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam artikel ini secara umum bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana proses pembuatan NPWP bagi UMKM yang cepat dan mudah di masa pandemi Covid-19 pada Kecamatan Pakis, Surabaya.

A. Syarat dan Cara Pembuatan NPWP Untuk UMKM yang Cepat dan Mudah di Masa Pandemi Covid-19

Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini sudah mulai diminati oleh banyak orang. Namun, sebagai pemilik UKM atau UMKM, tentu anda juga berkewajiban untuk membayar pajak khususnya pada saat musim pajak.

1. Kriteria UMKM

Kriteria atau klasifikasi UMKM tertuang dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro kecil Menengah. Menurut Undang-undang tersebut, kriteria UMKM bisa dibedakan dari jumlah aset dan total omset penjualan selama satu tahun. Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah karyawan juga menjadi variabel penentu kriteria

UMKM. Di Indonesia, terdapat empat kriteria UMKM. Empat kriteria tersebut adalah Usaha Besar, Usaha Menengah, Usaha Kecil dan Usaha Mikro.

2. Syarat membuat NPWP pribadi bagi wirausaha

- a. Warga Negara Indonesia (WNI): fotokopi KTP.
- b. Warga Negara Asing (WNA): membawa fotokopi paspor/ kartu izin tinggal (KITAP/KITAS).
- c. Surat Keterangan Usaha (SKU) minimal dikeluarkan oleh lurah/bukti tagihan listrik.
- d. Surat pernyataan yang sudah ditandatangani di atas materai Rp6000. Surat ini menjelaskan bahwa Wajib Pajak benar-benar memiliki usaha atau pekerja bebas.

Setelah persyaratan di atas terpenuhi, maka Wajib Pajak sudah bisa mengajukan pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak untuk wajib pajak pribadi. Caranya sangat mudah. Anda bisa memilih mengajukan langsung ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) atau melalui website secara online.

3. Cara Pembuatan NPWP Untuk UMKM

- a. Cara Membuat NPWP Melalui KPP (*offline*)
 - 1) Siapkan dokumen persyaratan yang telah difotokopi.
 - 2) Datang ke KPP terdekat dari alamat pada KTP Anda. Bila alamat domisili sekarang berbeda dengan KTP, Anda diharuskan melampirkan surat keterangan tinggal dari Kelurahan.
 - 3) Isi formulir pengajuan NPWP.
 - 4) Serahkan berkas ke petugas pendaftaran.
 - 5) Menerima tanda terima pendaftaran Wajib Pajak.
- b. Cara membuat NPWP melalui *Online*
 - 1) Buat Akun di Ereg Pajak
Jika Calon WP belum mempunyai akun, silakan untuk membuat terlebih dahulu dengan mengakses website Ereg pajak (<https://ereg.pajak.go.id>). Website ereg.pajak.go.id adalah website yang dibuat Ditjen Pajak untuk melayani pembuatan NPWP secara *online*.
 - 2) Lengkapi Dokumen Penting Sebagai Persyaratannya

Sebagai Wajib Pajak, harus menyiapkan beberapa dokumen syarat seperti yang tertera pada penjelasan sebelumnya. Wajib juga untuk sesuaikan dengan klasifikasi status Wajib Pajak diri Anda, ya. Apakah Anda sedang menjalankan usaha atau tidak.

3) Kirim Berkas Elektronik

Setelah selesai isi formulir, klik tombol “Token” (kode rahasia) yang ada pada *dashboard*. Kemudian cek *email* Anda. Bila setelah 1 menit, token belum juga dikirim, silakan klik tombol “Token” lagi. Kemudian *copy-paste* token di email tersebut dan masuk kembali ke menu *dashboard*. Lalu, klik “Kirim” dan *paste* kode token tersebut di kolom “Token”. Setelah itu, klik “Kirim Permohonan”. Setelah disetujui, kartu NPWP Anda akan dikirimkan ke alamat tempat tinggal terdaftar. Jika setelah periode tersebut, Anda belum mendapatkannya juga, kemungkinan ada dokumen-dokumen yang belum dilengkapi atau dianggap tidak sah.

B. Hak, Kewajiban dan Manfaat Wajib Pajak UMKM Memiliki NPWP

1. Hak Wajib Pajak

Hak wajib pajak disebutkan secara jelas dalam undang-undang, dan akan dibahas secara singkat dan tuntas pada poin ini.

a. Hak atas Kelebihan Pembayaran Pajak

Ketika besaran pajak terutang yang dibayar atau dipotong atau dipungut ternyata lebih kecil daripada jumlah kredit pajak, wajib pajak berhak menerima kembali kelebihan tersebut. Dengan kalimat sederhana, Anda berhak menerima kembali kelebihan bayar ketika membayar pajak lebih banyak daripada jumlah yang sebenarnya.

Wajib Pajak dapat melakukan permohonan pengembalian kelebihan bayar pajak dengan mengirimkan surat permohonan pada Kepala KPP (Kantor Pajak Pratama) atau melalui SPT (Surat Pemberitahuan). Setelah menerima surat permohonan, Ditjen Pajak akan mengembalikan

kelebihan bayar pajak dalam waktu 12 (dua belas) bulan terhitung sejak surat permohonan diterima secara lengkap.

Jika wajib pajak termasuk dalam kriteria wajib pajak patuh, pengembalian ini dapat dilakukan paling lambat 3 bulan untuk PPh dan 1 bulan untuk PPN sejak permohonan diterima. Apabila Ditjen Pajak terlambat mengembalikan kelebihan bayar pajak, wajib pajak berhak menerima bunga sebesar 2% per bulan dengan maksimum 24 bulan.

b. Hak dalam Hal Wajib Pajak Dilakukan Pemeriksaan

Dalam pemeriksaan yang dilakukan oleh Ditjen Pajak pada wajib pajak, wajib pajak berhak untuk:

- 1) Meminta Surat Perintah Pemeriksaan.
- 2) Melihat Tanda Pengenal Pemeriksa.
- 3) Mendapat penjelasan mengenai maksud dan tujuan pemeriksaan.
- 4) Meminta rincian perbedaan antara hasil pemeriksaan dan SPT.
- 5) Hadir dalam pembahasan akhir hasil pemeriksaan dalam batas waktu yang ditentukan.

Berdasarkan ruang lingkupnya, jenis pemeriksaan terbagi menjadi dua jenis, yaitu pemeriksaan kantor dan pemeriksaan lapangan. Pemeriksaan kantor dilakukan dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) bulan dan paling lama 6 (enam) bulan, terhitung dari tanggal wajib pajak memenuhi surat panggilan untuk melakukan pemeriksaan kantor sampai dengan tanggal laporan hasil pemeriksaan.

Sedangkan pemeriksaan lapangan dilakukan dalam jangka waktu paling lama 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang menjadi 8 (delapan) bulan, terhitung sejak tanggal surat perintah pemeriksaan sampai dengan tanggal laporan hasil pemeriksaan.

c. Hak untuk Mengajukan Keberatan, Banding dan Peninjauan Kembali

Setelah dilakukan pemeriksaan, umumnya akan terbit suatu surat ketetapan pajak yang menunjukkan kalau wajib pajak kurang bayar, lebih bayar, atau nihil perpajakannya.

Jika wajib pajak tidak sependapat dengan surat tersebut, dapat mengajukan keberatan. Lalu bila belum puas dengan keputusan keberatan, selanjutnya wajib pajak dapat mengajukan banding. Langkah terakhir dalam sengketa pajak, wajib pajak dapat mengajukan peninjauan kembali ke Mahkamah Agung.

d. Hak-Hak Wajib Pajak Lainnya

1) Hak kerahasiaan

Wajib pajak memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan kerahasiaan atas semua informasi yang disampaikan kepada Ditjen Pajak dalam melaksanakan kegiatan perpajakan. Di sisi lain, pihak yang bertugas di bidang perpajakan dilarang untuk mengungkapkan kerahasiaan wajib pajak. Kerahasiaan wajib pajak yang dilindungi adalah:

- a) Surat Pemberitahuan, laporan keuangan, dan dokumen lainnya yang dilaporkan wajib pajak.
- b) Data dari pihak ketiga yang bersifat rahasia.
- c) Dokumen atau rahasia wajib pajak lainnya sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku.

Namun, keterangan atau bukti tertulis tentang wajib pajak dapat ditunjukkan kepada pihak tertentu yang telah ditetapkan oleh Menteri Keuangan dalam rangka penyidikan, penuntutan, atau dalam rangka kerja sama dengan instansi pemerintah lainnya.

- 2) Hak untuk Pengangsuran atau Penundaan Pembayaran
Wajib pajak dapat mengajukan permohonan penundaan atau pengangsuran pembayaran pajak dalam kondisi tertentu.
- 3) Hak untuk Penundaan Pelaporan SPT Tahunan
Wajib pajak dapat menyampaikan perpanjangan penyampaian SPT Tahunan PPh Orang Pribadi maupun PPh Badan dengan alasan tertentu.
- 4) Hak untuk Pengurangan PPh Pasal 25
PPh Pasal 25 adalah pajak yang dibayar secara angsuran dengan tujuan untuk meringankan beban wajib pajak,

mengingat pajak terutang harus dilunasi dalam waktu satu tahun. Dalam undang-undang ketentuan umum perpajakan, wajib pajak memiliki hak untuk mengajukan permohonan pengurangan besaran angsuran PPh Pasal 25 dengan alasan tertentu.

- 5) Hak untuk Pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Karena kondisi atau sebab tertentu, seperti rusaknya bumi dan bangunan yang terkena bencana alam, wajib pajak dapat mengajukan permohonan pengurangan pajak terutang PBB. Wajib pajak yang merupakan anggota veteran pejuang dan pembela kemerdekaan juga dapat mengajukan pengurangan PBB.

Khusus untuk Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBB P2) yang sudah dialihkan ke Pemerintah Daerah (Kota/Kabupaten), pengurusan pengurangan PBB dilakukan di Kantor Dinas Pendapatan Kota/Kabupaten setempat.

- 6) Hak untuk Pembebasan Pajak

Wajib pajak dapat mengajukan permohonan pembebasan pemotongan/pemungutan Pajak Penghasilan dengan alasan tertentu.

- 7) Hak Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pembayaran Pajak

Wajib pajak yang termasuk ke dalam wajib pajak patuh dapat diberikan pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak dalam jangka waktu paling lambat 1 bulan untuk PPN dan 3 bulan untuk PPh terhitung sejak tanggal permohonan.

- 8) Hak untuk Mendapatkan Pajak Ditanggung Pemerintah Untuk pelaksanaan proyek pemerintah yang dibiayai dengan hibah atau dana pinjaman luar negeri, PPh terutang atas penghasilan yang diterima kontraktor, konsultan, dan supplier utama ditanggung oleh pemerintah.

- 9) Hak untuk Mendapatkan Insentif Perpajakan
Dalam lingkup PPN, Barang Kena Pajak (BKP) atau kegiatan tertentu diberikan fasilitas pembebasan PPN. BKP tersebut di antaranya kereta api, pesawat udara, kapal laut, buku-buku, perlengkapan TNI/Polri yang diimpor maupun yang diserahkan di area pabean oleh wajib pajak tertentu.

Fasilitas PPN tidak dipungut ini turut diberikan pada perusahaan yang melakukan kegiatan di kawasan tertentu, seperti kawasan berikat, di antaranya atas impor dan perolehan bahan baku.

2. Kewajiban Wajib Pajak

Kewajiban yang harus dipatuhi oleh wajib pajak, di antaranya adalah sebagai berikut:

a. Kewajiban Mendaftarkan Diri

Wajib pajak harus mendaftarkan diri untuk mendapatkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) di kantor pajak pratama (KPP) atau kantor pelayanan, penyuluhan dan konsultasi perpajakan (KP2KP). Saat ini, pendaftaran NPWP juga dapat dilakukan melalui *Online*.

Wajib pajak yang merupakan pengusaha, wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) oleh KPP atau KP2KP setelah memenuhi persyaratan tertentu, di antaranya pengusaha orang pribadi atau badan melakukan penyerahan barang kena pajak atau jasa kena pajak dengan jumlah omzet melebihi Rp4.800.000.000 dalam setahun. Jika tidak memenuhi syarat tersebut, tetap dapat melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai PKP.

Setelah dikukuhkan sebagai PKP, maka wajib untuk memungut pajak pertambahan nilai (PPN) dari setiap pembeli/pengguna jasanya dengan menerbitkan faktur pajak. PPN tersebut kemudian dilaporkan dalam SPT Masa. Jika ada yang harus disetorkan, wajib pajak perlu menyetorkan PPN itu ke KPP tempat mendaftar, atau bisa secara online.

b. Kewajiban Pembayaran, Pemotongan/Pemungutan, dan Pelaporan Pajak

Sesuai dengan sistem *self assessment*, wajib pajak harus melakukan penghitungan, pembayaran dan pelaporan pajak terutangannya sendiri. Dalam melaksanakan kewajiban ini, dapat melakukannya secara mudah dan cepat melalui aplikasi yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak.

c. Kewajiban dalam Hal Diperiksa

Ditjen Pajak dapat melakukan pemeriksaan pada wajib pajak untuk menguji kepatuhannya dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Pemeriksaan ini dilakukan untuk menjalankan fungsi pengawasan terhadap wajib pajak yang bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Kewajiban yang diperiksa di antaranya:

- 1) Memenuhi panggilan untuk menghadiri Pemeriksaan sesuai waktu yang ditentukan, khususnya jenis Pemeriksaan Kantor.
- 2) Menunjukkan atau meminjamkan seluruh data yang menjadi dasar serta berhubungan dengan penghasilan yang diperoleh, kegiatan usaha, pekerjaan bebas wajib pajak, atau objek yang terutang pajak. Untuk jenis Pemeriksaan Lapangan, wajib pajak harus memberikan akses untuk melihat dan menyimpan data.
- 3) Memberikan izin untuk memasuki tempat atau ruang yang dianggap perlu serta memberi bantuan untuk memperlancar proses pemeriksaan.
- 4) Menyampaikan tanggapan secara tertulis atau surat pemberitahuan hasil pemeriksaan.
- 5) Meminjamkan kertas kerja pemeriksaan yang dibuat oleh Akuntan Publik, khususnya untuk jenis Pemeriksaan Kantor.
- 6) Memberikan keterangan lain baik lisan maupun tulisan yang diperlukan.

d. Kewajiban Memberi Data

Data di sini adalah data dan informasi orang pribadi atau badan yang dapat menggambarkan kegiatan atau usaha,

peredaran usaha, penghasilan dan/atau kekayaan yang bersangkutan, termasuk informasi mengenai nasabah debitur, data transaksi keuangan dan lalu lintas devisa, kartu kredit, serta laporan keuangan dan/atau laporan kegiatan usaha yang disampaikan kepada instansi lain di luar Ditjen Pajak.

Kewajiban ini tidak hanya dipatuhi oleh wajib pajak, tetapi juga oleh setiap instansi pemerintah, lembaga, asosiasi, dan pihak lain. Jika sengaja tidak memenuhi kewajiban ini, wajib pajak akan terkena pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun atau denda paling banyak Rp1.000.000.000.

3. Manfaat Kepemilikan NPWP

Kemanfaatan NPWP merupakan kegunaan yang diperoleh Wajib Pajak atas kepemilikan NPWP. Manfaat NPWP antara lain yaitu Wajib Pajak dapat membayar dan melaporkan pajak dengan tertib. Semakin banyak manfaat yang diperoleh Wajib Pajak atas kepemilikan NPWP, maka Kepatuhan Wajib Pajak juga akan semakin meningkat.

a. Menghindari sanksi pidana

Pasal 39 UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan menyebutkan, warga yang memenuhi persyaratan subjektif dan objektif tetapi tidak memiliki NPWP terancam pidana penjara paling singkat 6 bulan dan paling lama 6 tahun.

b. Mengajukan kredit ke bank

Ketika mengajukan kredit ke bank, bank memerlukan dokumen seperti NPWP sebagai jaminan untuk mencairkan dana. NPWP ini juga berfungsi sebagai identitas peminjam ketika bank memotong PPh Pasal 23 atas bunga pinjaman.

c. Pengajuan dan pembuatan SIUP

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) merupakan bukti sah dari berdirinya suatu usaha. NPWP menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum pemerintah daerah memberikan SIUP kepada pengusaha.

- d. Menghindari tarif pajak tinggi
Bagi yang tidak punya NPWP, wajib pajak yang terkena PPh Pasal 21 akan lebih besar 20% daripada yang memiliki NPWP. Untuk tarif PPh Pasal 23, pembayaran pajaknya menjadi dua kali lipat.
- e. Membuat paspor
Bagi yang ingin melakukan perjalanan ke luar negeri, paspor tentu wajib dimiliki. NPWP menjadi salah satu syarat yang dibutuhkan untuk membuat paspor, selain KTP dan Kartu Keluarga.
- f. Mengurus restitusi
Jika telanjur membayar pajak yang pembayarannya melebihi nominal yang seharusnya, tentu Anda ingin mengambil kembali kelebihan uang yang dibayarkan tersebut. Nah, untuk itu Anda perlu membawa NPWP untuk mengklaim uang tersebut.
- g. Melamar Pekerjaan
Banyak perusahaan mewajibkan para calon pekerjanya memiliki NPWP. Sebab, ketika nanti sudah bekerja sebagai karyawan, perusahaan akan memotong PPh Pasal 21 karyawannya dengan tarif normal, yaitu tarif bagi karyawan yang memiliki NPWP.

C. Tata Cara Pembukuan dan Pencatatan UMKM

Pembukuan dan pencatatan pajak di pergunakan sebagai dasar penghitungan pajak terutang pada suatu tahun pajak, selain itu, informasi yang benar dan lengkap penghasilan wajib pajak sangat penting untuk dapat mengenakan pajak yang adil dan wajar senilai dengan kemampuan ekonomis wajib pajak. Untuk dapat menyajikan informasi yang di maksud. Wajib pajak UMKM harus menyelenggarakan pembukuan atau pencatatan. Dimana dengan pembukuan dan pencatatan tersebut wajib pajak UMKM dapat mengetahui sendiri berapa besarnya pajak terutang, menyetor dan melapor pajak.

Tidak sedikit wajib pajak UMKM yang merasa bingung dengan konsep pembukuan dan pencatatan serta menentukan

apakah mereka harus melakukan pembukuan atau pencatatan. Padahal, proses pembukuan dan pencatatan merupakan agenda utama dalam akuntansi komersial. Dengan adanya pembukuan atau pencatatan yang baik, pelaku UMKM dapat mengetahui keuntungan secara pasti, mengontrol biaya operasional, memantau aset-aset yang dimiliki, bahkan dapat membuat prediksi keuangan untuk jangka pendek maupun panjang.

Biasanya pembukuan atau pencatatan yang dilakukan oleh UMKM berisi laporan-laporan keuangan berikut ini:

1. Neraca.
2. Laporan perubahan ekuitas.
3. Laporan laba rugi komprehensif.
4. Laporan posisi keuangan: laporan arus kas atau laporan arus dana.
5. Laporan lainnya serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan itu sendiri.

Setiap UMKM tentu memiliki bidang yang berbeda-beda, maka tentu pembukuan atau pencatatan yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan UMKM itu sendiri. Namun, pembukuan dan pencatatan ini pada umumnya meliputi:

1. Buku catatan pengeluaran.
2. Buku catatan masukan.
3. Buku kas utama/ arus kas.
4. Buku persediaan barang.
5. Buku inventaris barang.
6. Buku laba rugi

Dengan dibuatnya pembukuan atau pencatatan secara lengkap dan akurat tentu saja dapat menguntungkan pelaku UMKM, karena dapat digunakan untuk memantau secara berkala tumbuh kembang suatu usahanya, dapat meningkatkan profit keuangan perusahaan secara maksimal. Pembukuan atau pencatatan yang notabene adalah rangkuman dari laporan keuangan kantor menjadi salah satu syarat untuk mengajukan pinjaman bahkan bisa untuk mendapatkan investor dan bisa mendeteksi jika terjadi kecurangan di dalam perusahaan yang berpotensi membuat usahanya bangkrut serta dapat menjadi

alat ketika perusahaan ingin membayarkan pajaknya.

Dari sisi pajak, pembukuan dan pencatatan ini juga menjadi elemen yang sangat krusial. Sebab, apa yang dibukukan atau dicatat akan menjadi dasar bagi wajib pajak untuk menghitung besarnya pajak yang terutang.

Selain itu, adanya pembukuan atau pencatatan akan mempermudah wajib pajak dalam melakukan pengisian surat pemberitahuan (SPT), penghitungan penghasilan kena pajak, penghitungan pajak, serta untuk mengetahui posisi keuangan dan hasil kegiatan usaha atau pekerjaan bebas.

Dalam Pasal 1 angka 29 UU KUP, disebutkan bahwa pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan menyusun laporan keuangan berupa neraca, dan laporan laba rugi untuk periode tahun pajak tersebut.

Sementara, pencatatan merupakan pengumpulan data secara teratur tentang peredaran atau penerimaan bruto dan/atau penghasilan bruto sebagai dasar untuk menghitung jumlah pajak yang terutang, termasuk penghasilan yang bukan objek pajak dan/atau yang dikenakan pajak yang bersifat final. Hal ini sesuai dengan Pasal 28 ayat (9) UU KUP.

Pada prinsipnya wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan wajib pajak badan di Indonesia wajib menyelenggarakan pembukuan. Kewajiban pembukuan ini diatur dalam Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Namun, kewajiban pembukuan itu dikecualikan bagi wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas yang sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan diperbolehkan menghitung penghasilan neto dengan menggunakan norma penghitungan penghasilan neto (NPPN). Hal ini sesuai dengan Pasal 28 ayat (2) UU KUP.

Wajib pajak yang dimaksud antara lain wajib pajak orang pribadi yang menjalankan usaha atau melakukan pekerjaan

bebas dengan jumlah bruto dalam setahun kurang dari Rp.4,8 miliar. Sebagai penggantinya, wajib pajak dengan kriteria di atas tetap wajib melakukan pencatatan. Kewajiban pencatatan ini juga berlaku bagi wajib pajak yang tidak melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas.

Pengecualian tersebut dilakukan berdasarkan prinsip kesederhanaan, terutama bagi pengusaha skala kecil dan menengah. Sebab, dari sebagian dari mereka umumnya tidak mengetahui adanya kewajiban menyelenggarakan pembukuan, tidak memahami bagaimana menyelenggarakan pembukuan, atau tidak mempunyai karyawan yang berkompentensi dalam membuat pembukuan. Untuk itu, mereka hanya diwajibkan untuk melakukan pencatatan yang lebih sederhana dibanding pembukuan.

Dan kini, pelaku UMKM tak perlu bingung lagi dalam menyelenggarakan pembukuan atau pencatatan karena DJP telah menyediakan sebuah aplikasi istimewa di *playstore* yang bernama "Akuntansi UMKM", pelaku UMKM cukup mendownload melalui *smartphone*. Selain sebagai media belajar dalam membuat pembukuan aplikasi ini sangat *user friendly* karena tersedia dalam bentuk *e-book* untuk petunjuk dan ilmu akuntansi dasar. Salah satu kegunaan yang diperoleh pelaku UMKM pada aplikasi ini adalah memudahkan pelaku UMKM dalam pembuatan pencatatan untuk PPh Final UMKM karena tersedia fitur untuk membuat SPT Tahunan PPh untuk PPh Final UMKM.

D. Tata Cara Penghitungan dan Menyetor Pajak UMKM

Berdasarkan UU No. 36 tahun 2008 pasal 2 tentang Pajak Penghasilan (PPh) bahwa setiap orang pribadi, orang pribadi yang memiliki warisan belum terbagi, badan, dan bentuk usaha tetap dikenakan PPh.

Pada saat Anda mendaftarkan perusahaan atau badan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) tempat usaha Anda berdomisili, maka Anda akan mendapatkan SKT atau Surat Keterangan Terdaftar. Di SKT tersebut akan termuat pajak-pajak apa saja yang harus Anda bayarkan. Pajak – pajak tersebut adalah PPh

pasal 15, 19, 21, 22, 23, 26, 29, 4 ayat 2, dan PPN. Pengenaan Pajak – pajak tersebut tergantung pada jenis bahan dan transaksi yang Anda lakukan dan jumlah *omzet* usaha Anda dalam setahun.

Namun teruntuk UMKM, sekurang-kurangnya Anda perlu membayar pajak – pajak berikut:

1. Pajak Penghasilan Pasal 4 Ayat 2 atau PPh Final (untuk sewa gedung atau kantor, omzet penjualan, dan lainnya)
2. PPh Pasal 21* (untuk penghasilan karyawan)
3. PPh Pasal 23* (Jika ada transaksi pembelian jasa)

**Opsional*

E. Tarif PPh Final Khusus UMKM

Ada perbedaan pengenaan Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) dalam perhitungan PPh. Bila karyawan UMKM memiliki gaji per bulan kurang dari Rp32 Juta per tahun, maka pajak yang dikenakan kepada pengusaha atau badan adalah PPh Final.

PPh Final merupakan istilah atau nama lain dari PPh Pasal 4 ayat 2. Terdapat berbagai macam objek PPh Final, seperti untuk sewa bangunan, jasa konstruksi, pajak atas obligasi, pajak atas peredaran bruto (*omzet*) usaha, dan lainnya.

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2013, PPh Final untuk pajak UKM adalah pajak atas penghasilan (*omzet*) dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak. Dan PPh Final khusus dikenakan pada Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto atau *omzet* di bawah Rp4,8 Miliar dalam setahun.

Namun pada tanggal 1 Juli 2018, pemerintah mengeluarkan PP Nomor 23 Tahun 2018 Mengenai tarif baru teruntuk PPh Final UMKM. Tarif PPh Final yang awalnya dikenakan sejumlah 1% dipangkas menjadi hanya 0,5% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Wajib Pajak Pribadi bisa menikmati tarif PPh Final 0,5% dalam jangka waktu 7 tahun.
2. Untuk WP Badan seperti Koperasi, Persekutuan Komanditer (CV), dan Firma hanya bisa menikmati tarif PPh Final %0,5 dalam jangka waktu 4 tahun.

3. Sedangkan untuk WP Perseroan terbatas (PT), hanya bisa menikmati tarif PPh Final %0,5 dalam jangka waktu 3 tahun.

F. Cara Menghitung PPh Final UMKM

Sederhananya, semua transaksi penjualan per bulan bisnis Wajib Pajak harus dijumlahkan terlebih dahulu dan dikalikan 0,5%. Pada tanggal 15 bulan berikutnya, Anda harus membayar PPh Final ke kas negara. Setelah membayarnya, Anda akan mendapatkan bukti bayar pajak atau NTPN (Nomor Transaksi Penerimaan Negara).

Sebagai contoh, Tuan Agus sebagai WP Orang Pribadi memiliki *omzet* usaha per bulan sebesar Rp20.000.000 di bulan September 2018. Maka pada tanggal 15 Oktober 2018, Tuan Tommy wajib menyetorkan PPh Final terutang sebesar Rp100.000 ($Rp20.000.000 \times 0,5\%$).

G. Cara Membayar PPh Final UMKM

Wajib Pajak (WP) harus mempunyai kode pembayaran dari aplikasi *e-billing* yang tersedia di laman *web* resmi Direktorat Jendral Pajak (DJP). Setelah memiliki kode pembayaran, WP bisa langsung membayar melalui kantor pos atau bank yang ditunjuk langsung oleh Kementerian Keuangan (Kemenkeu). Atau Anda juga bisa membayar melalui ATM, *Internet banking*, dan *Mobile Banking* sesuai dengan bank yang ditunjuk oleh Kemenkeu.

Setelah menyetor atau membayar pajak, WP tidak perlu lagi melapor melalui Surat Pemberitahuan Masa (SPT Masa). Hal ini dikarenakan tanggal validasi Nomor Transaksi Penerimaan Negara yang termuat pada Surat Setoran Pajak PPh Final tersebut dianggap sebagai tanggal telah lapor SPT Masa oleh DJP.

Apabila seorang WP tidak memiliki omzet atau mengalami kerugian usaha dalam satu bulan? DJP memberi keringanan terhadap WP yang tidak memiliki omzet usaha atau merugi dengan tidak mewajibkan WP tersebut untuk menyetor atau membayar PPh Final kepada Kas Negara.

Tentunya, tarif Pajak Penghasilan Final sejumlah 0,5% bagi UKM/UMKM diharapkan tidak memberatkan pengusaha UKM/UMKM dalam hal penyetoran terhadap Kas Negara. Hal ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan perekonomian negara dan minat usaha rakyat dalam membangun UKM/UMKM.

KESIMPULAN

Dari uraian di atas, maka kesimpulan dalam PkM ini di antaranya:

1. UMKM menjadi Subjek pajak yang saat ini mulai menjamur di perekonomian masyarakat Indonesia. Hadirnya UMKM memberikan dorongan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, untuk itu dapat meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak dengan memberikan kemudahan pada UMKM untuk mendaftarkan diri menjadi Wajib Pajak dengan memiliki NPWP dengan kemudahan tata cara pendaftarannya secara Offline atau Online.
2. Keunggulan memiliki NPWP bagi UMKM memiliki keistimewaan tersendiri, baik dari sisi Hak, Kewajiban maupun manfaat yang diberikan dari kepemilikan NPWP tersebut. Kegiatan bisnis menjadi lebih kredibel dan akuntabel.
3. UMKM saat ini diberikan stimulus dengan tarif %0,5 yang berlaku saat ini, dengan membuat pembukuan dan pencatatan menjadikan UMKM lebih baik dan memudahkan dalam pengadministrasian.
4. Dengan adanya pembukuan dan pencatatan pada UMKM tentunya akan memudahkan untuk menghitung dan membayar pajak terutang atas penghasilan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Harjo, Dwikora. 2019. *Perpajakan Indonesia Sebagai Materi Perkuliahan di Perguruan Tinggi Edisi 2*. Bogor: Mitra Wacana Media.

Mardiasmo. 2018. *Perpajakan Edisi Terbaru 2018*. Jakarta: Andi.

Rahayu, Siti Kurnia. 2017. *Perpajakan*. Bandung: Rekayasa Sains.

Resmi, Siti. 2017. *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.

B. Jurnal

Kumala Ratih, 2020, *Penerapan Akuntansi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pelaku UMKM pada Komunitas Bisnis Online BOLU)*, Book Chapter Untaian Ilmu Manajemen Dalam Harmoni UMKM LPPM Universitas Negeri Malang, hal 122-143.

Masruroh, Siti & Zulaikha, 2013. "Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada WPOP di Kabupaten Tegal)". Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis. *Journal Of Accounting*. Universitas Diponegoro.

Ningsih, Heny Triastuti Kurnia dan Sri Rahayu, 2016. Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, kualitas pelayanan dan sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Medan Kota. *Syariah Paper Accounting FEB UMS ISSN 2460-0788*.

C. Media Elektronik

Daftar NPWP Online Wajib Pajak orang Pribadi diakses pada <https://www.online-pajak.com/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi>

Manfaat dan kegunaan NPWP diakses pada https://news.ddtc.co.id/manfaat-dan-kegunaan-npwp-18998?page_y=548

D. Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan,

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

BAB 8

9 CARA JITU MENGEMBANGKAN UKM (USAHA KECIL MENENGAH)

*Agus Herwanto, Universitas Esa Unggul,
agus.herwarnto@esaunggul.ac.id*

*Diana Novita, Universitas Esa Unggul,
diana.novita@esaunggul.ac.id*

*Eko Cahyo Mayndarto, Universitas Tama Jagakara,
ekocmayndarto@gmail.com*

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat ini menjadi tumpuan baru ekonomi Indonesia. Jumlah mereka yang mencapai 59,2 juta pelaku di Indonesia memberikan kontribusi cukup besar bagi perekonomian bangsa. Di antara puluhan juta pelaku UKM tersebut ada juga yang sudah meleak teknologi digital, lho. Berdasarkan catatan Kemenkop UKM ada sebanyak 3,79 juta UKM yang sudah *go online*. Pemerintah sendiri menargetkan sebanyak 8 juta UKM bisa *go online* pada 2019 ini. Saat pelaku UKM berhasil merambah dunia digital atau *go online* maka kesempatan pasar yang lebih luas akan semakin terbuka lebar. UKM pun juga bisa memiliki kesempatan untuk mengembangkan usaha mereka.

1. Survey dan Observasi Tempat yang Berpotensi

Salah satu cara untuk mengembangkan usaha anda adalah dengan membuka cabang usaha di tempat-tempat yang berpotensi terjadi penjualan yang tinggi. Hal itu dimulai dengan meneliti berbagai tempat yang memiliki target pasar.

Lakukanlah survey dan observasi tempat dan lokasi yang ingin anda buka. Mulailah dengan mencari tahu apakah tempat itu membutuhkan produk yang anda jual. Buatlah pertanyaan-pertanyaan seperti berapa jumlah orang yang lewat di tempat itu, berapa banyak orang yang kemungkinan akan membeli produk anda, seberapa mudah akses logistik, dan kebutuhan ketika anda buka cabang di tempat itu. Sehingga data observasi bisa dikumpulkan dan menjadi pertimbangan apakah tempat itu adalah tempat yang tepat untuk membuka bisnis anda.

2. Mengikuti Beberapa Acara Pameran dan Festival

Mendukung eksistensi dari produk anda, ikutilah acara pameran atau festival. Dengan ini produk anda akan dikenalkan kepada masyarakat lebih luas. Pameran dan festival adalah salah satu tindakan pemasaran yang cukup terjangkau dan bisa mendapatkan lebih banyak manfaat seperti mengenal vendor-vendor baru, mengetahui kompetitor-kompetitor bisnis anda dan juga mendapatkan calon-calon pelanggan setia anda.

Pilihlah pameran atau festival yang cocok dengan produk anda. Contohnya ketika anda mempunyai bisnis fashion tentunya mengikuti pameran yang mempunyai tema tentang produk fashion. Jika anda mempunyai produk kuliner/makanan khas anda perlu mengikuti pameran tentang makanan tradisional.

3. Membangun Relasi antar Sesama Pengusaha

Menjalankan usaha bukan cuma sekadar berdagang sendirian, tetapi juga menambah relasi yang lebih banyak. Semakin banyak relasi, semakin mudah mencari vendor-vendor yang terpercaya. Selain itu juga dengan semakin banyaknya relasi yang anda miliki akan membuka peluang untuk memperluas wilayah bisnis anda.

Cobalah untuk bergabung di beberapa komunitas yang memiliki jenis usaha yang sama dengan anda. Dengan begitu anda akan dapat lebih mudah untuk mendapatkan informasi seputar usaha yang anda jalani.

4. Meningkatkan Mutu Pelayanan

Ini adalah bagian yang tidak kalah pentingnya dalam mengembangkan bisnis anda. Ketika anda menerima kritik dan saran dari pelanggan, anda bisa memperbaiki hal-hal yang pengalaman yang kurang menyenangkan dari pelanggan. Hal ini dapat membuat mutu pelayanan anda semakin baik.

Tetapi tidak semua permintaan anda dapat penuhi. Anda harus jeli melihat mana kritik dan saran yang membangun bisnis anda dan mana yang tidak. Dahulukan kritik yang sering muncul pada pelanggan anda, karena kritik itulah yang membuat sebagian besar pelanggan anda merasa kurang nyaman.

Setelah itu pilihlah saran yang anda terima dari sekian banyak pelanggan yang ada. Karena bisa jadi itulah yang mungkin akan membedakan anda dari kompetitor.

5. Mengikuti Perkembangan Teknologi dalam Bisnis

Di era digital ini, sangat disayangkan jika anda termasuk orang yang sedikit ketinggalan dalam hal teknologi. Karena itu dapat membantu anda untuk mengembangkan bisnis anda baik dalam hal administrasi, transaksi keuangan, komunikasi, dan penjualan. Sering-seringlah anda membuka artikel tentang teknologi yang berkaitan dengan bisnis agar anda tidak ketinggalan.

Memanfaatkan teknologi dalam bisnis seperti ketika berkomunikasi kepada pelanggan dengan memanfaatkan aplikasi messenger, mengirimkan video dan foto produk anda, video call dan lain-lain.

Semua ini dapat mempengaruhi perjalanan bisnis anda, karena sekarang pasar juga menuntut untuk cepat, tepat dan terpercaya. Kecepatan informasi, cepat tanggap, manajemen yang terstruktur, SOP (Standard Operation Procedure) adalah aspek yang dapat melengkapi dan sangat mendukung usaha

anda. Jika anda punya sedikit pengetahuan tentang penggunaan teknologi dalam bisnis ini akan menjadi nilai plus bagi anda dibandingkan dengan kompetitor.

6. Gunakan Media Sosial untuk Memasarkan Produk Anda

Setiap pengusaha tentunya ingin meningkatkan penjualan dalam bisnisnya. Salah satu cara yang efektif adalah dengan melakukan pemasaran (marketing). Di zaman digital ini, dengan internet orang bisa menemukan informasi hanya dengan membuka ponsel. Kebanyakan dari mereka menggunakannya untuk mengakses media sosial.

Oleh karena itu pemasaran secara digital diperlukan untuk bisa memperkenalkan produk kepada calon pelanggan. Dengan seringnya mereka membuka media sosial semakin besar mereka bisa melihat produk anda. Manfaatkan kesempatan ini untuk melakukan pemasaran digital dengan menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, line, whatsapp, dan BBM.

7. Manfaatkan Beberapa E-commerce untuk Menjual Produk Anda

Era digital membuat orang lebih memilih berbelanja dengan menggunakan internet alias belanja online. Karena belanja online bisa dilakukan dimana dan kapan saja. Selain itu pelanggan tidak perlu pergi ke mall ataupun ke tempat perbelanjaan untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan. Salah satu cara orang untuk berbelanja online adalah dengan mengakses e-commerce.

E-commerce adalah situs dimana orang jual beli segala jenis barang dan semuanya dilakukan menggunakan internet atau secara online. E-commerce dengan konsep marketplace menawarkan jasa bagi pengusaha untuk menjual secara online dengan cara membuka toko di situs mereka.

Gunakan beberapa situs e-commerce untuk menjual produk dan memperluas area pasar target anda. Manfaatkan fitur yang ditawarkan oleh e-commerce tersebut untuk memudahkan anda mengatur semua penjualan.

8. Gunakan Sistem ERP untuk Mengatur Akuntansi dan Inventaris

Menjalankan bisnis bukanlah hanya aktivitas jual beli. Tetapi juga merupakan hal yang penting untuk selalu mengetahui alur administrasi dan keadaan finansial perusahaan anda. Maka dari itu diperlukan pencatatan dan perhitungan dari setiap transaksi yang terjadi.

Ketika penjualan secara kuantitas barang hanya bisa dihitung dengan jari tentu ini adalah suatu hal yang mudah. Akan tetapi ketika anda barang anda laris manis dan banyak terjadi transaksi penjualan dalam waktu satu bulan, pastinya ini akan menjadi hal yang cukup merepotkan.

Oleh karena itu, anda membutuhkan sistem ERP dimana di dalamnya terdapat fitur yang dapat membantu anda untuk mengelola inventory dan akuntansi anda. Dari situ bisa dilihat perkembangan omzet anda dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Selain itu juga anda dapat melihat laporan laba rugi sehingga anda dapat melihat apakah pengeluaran anda lebih besar dari pemasukan secara keuangan.

Dalam hal inventaris anda dapat melihat jumlah stok barang yang anda miliki. Dari sini anda juga bisa dilihat mana barang yang kurang diminati dan mana barang yang laris manis sehingga anda dapat menjaga jumlah stok.

Mengembangkan usaha memang tak semudah membalikkan telapak tangan. Karena untuk melakukan itu anda perlu merogoh kocek lebih dulu. Kesuksesan bisnis anda sangat tergantung pada strategi yang anda lakukan. Jika anda menjalankan strategi yang kurang tepat maka anda kemungkinan akan mengalami kerugian. Tetapi ketika melakukannya dengan baik dan sesuai dengan langkah-langkah yang terukur, bisa jadi ini akan meningkatkan pendapatan dan omzet anda.

9. Tingkatkan Kapasitas Informasi Teknologi (IT)

Dunia informasi teknologi saat ini telah terkait oleh banyak hal dalam sebuah proses industri. Dari mulai tingkat produksi sampai konsumsi, dari pemasaran sampai keuangan, semuanya membutuhkan kemajuan di bidang teknologi informasi agar

proses usaha berjalan lebih cepat dan segala keputusan maupun perencanaan bisa diambil secara tepat.

Dalam bidang keuangan misalnya, perusahaan harus bisa menggunakan teknologi *software* akuntansi untuk mulai mengelola semua transaksi keuangan agar dapat diolah lebih cepat menjadi sebuah laporan yang bisa digunakan untuk mengambil keputusan program pembiayaan sebuah rencana bisnis ke depan.

Jurnal *software* akuntansi *online* dapat menjadi salah satu solusi manajemen usaha di bidang penggunaan informasi teknologi. Dengan Jurnal, dapatkan kemudahan untuk mengolah semua transaksi keuangan menjadi informasi yang tepat untuk perencanaan dan peningkatan usaha Anda. Informasi yang Anda butuhkan tentang Jurnal <https://www.jurnal.id/id> untuk coba gratis 14 hari.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Harjo, Dwikora. 2019. Perpajakan Indonesia Sebagai Materi Perkuliahan di Perguruan Tinggi Edisi 2. Bogor: Mitra Wacana Media.

Mardiasmo. 2018. Perpajakan Edisi Terbaru 2018. Jakarta: Andi.

Rahayu, Siti Kurnia. 2017. Perpajakan. Bandung: Rekayasa Sains.

Resmi, Siti. 2017. Perpajakan Teori dan Kasus. Jakarta: Salemba Empat.

B. Jurnal

Kumala Ratih, 2020, *Penerapan Akuntansi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pelaku UMKM pada Komunitas Bisnis Online BOLU)*, Book Chapter Untaian Ilmu Manajemen Dalam Harmoni UMKM LPPM Universitas Negeri Malang, hal 122-143.

Masruroh, Siti & Zulaikha, 2013. "Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

(Studi Empiris pada WPOP di Kabupaten Tegal)”. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Journal Of Accounting. Universitas Diponegoro.

Ningsih, Heny Triastuti Kurnia dan Sri Rahayu, 2016. Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, kualitas pelayanan dan sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Medan Kota. Syariah Paper Accounting FEB UMS ISSN 2460-0788.

C. Media Elektronik

Daftar NPWP Online Wajib Pajak orang Pribadi diakses pada <https://www.online-pajak.com/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi>

Manfaat dan kegunaan NPWP diakses pada https://news.ddtc.co.id/manfaat-dan-kegunaan-npwp-18998?page_y=548

D. Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.



gggul



Universitas
Esa Unggul



gggul



Universitas
Esa Unggul

BAB 9

PEMASARAN PRODUK YANG MASIF, CEPAT, LOW COST

*Aramia Fahriyah¹, Endang Katmiwati², Hentje Alvy Pongoh³,
Muhammad Rifni⁴, Nadiyah Abidin⁵, Tri Andari Ratna⁶, Vita Vitisia⁷
¹²³⁵⁶⁷Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, ⁴ITL TRISAKTI*

PENDAHULUAN

Sejak Virus Covid-19 merebak di Kota Wuhan, Propinsi Hubei, China bulan Desember 2019, per tanggal 7 Mei 2020 tercatat 3.713.796 kasus di 212 negara, termasuk 263.288 kematian. Indonesia tidak luput dari pandemi ini. Pemerintah Indonesia mencatat 338 kasus baru Covid-19 dalam 24 jam terakhir pada tanggal yang sama, hingga jumlah penderita mencapai 12.776 kasus. Hal ini membuat pemerintah di seluruh dunia mengambil tindakan preventif. Pembatasan fisik (*physical distancing*) dan karantina wilayah (*lockdown*) diberlakukan buat meredam laju pandemi.

Akibatnya, tata kehidupan masyarakat meng-alami perubahan signifikan, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menyadari 99% unit usaha di Indonesia berbentuk UMKM, Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki akhir tahun lalu menargetkan UMKM bertambah kontribusinya dalam sektor ekspor menjadi 18% dari sebelumnya 14% dan menyumbang

untuk PDB nasional sebesar 61%. menimbulkan dampak yang besar bagi semua lapisan masyarakat, termasuk bagi UMKM di Indonesia. Dampaknya adalah pembatasan keluar rumah, yang berefek menurunnya penjualan bagi pemilik usaha. Beberapa usaha terpaksa harus merumahkan karyawannya, atau bahkan melakukan pengurangan karyawan (PHK).

PERMASALAHAN

Dampak pandemi Covid-19 yang besar terhadap UMKM di Indonesia, timbul sejumlah permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah UMKM memanfaatkan perubahan perilaku konsumen untuk menciptakan peluang usaha di era pandemi Covid-19?
2. Rencana bisnis seperti apa yang dapat membuat UMKM mempunyai produk yang unggul dan berdaya saing selama pandemi?
3. Rumusan strategi dan taktik pemasaran apa yang tepat diterapkan UMKM untuk menghasilkan pemasaran produk yang masif, cepat, dan low cost ?

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam materi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman komprehensif tentang mekanisme menciptakan peluang usaha, merencanakan bisnis, serta menerapkan strategi dan pemasaran efektif bagi UMKM di era pandemi Covid-19, khususnya di **Kecamatan Pakis, Surabaya**.

A. Pemanfaatan Perubahan Perilaku Konsumen Untuk Menciptakan Peluang Usaha

1. Perubahan Pola Perilaku Konsumen

American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh, kognisi, perilaku, dan kejadian di lingkungan tempat manusia melakukan pertukaran dalam hidup mereka (Peter and Jerry, 1999: 6). Dinamis, artinya seorang konsumen, grup

konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu.

Menurut McKinsey (2020), ada empat perubahan perilaku konsumen yang terjadi saat pandemi:

a. Konsumsi lebih fokus kepada nilai (value)

Pendapatan masyarakat yang berkurang akibat pandemi Covid-19 menyebabkan pengeluaran secara otomatis berkurang. Konsumen cenderung mengurangi konsumsi atau mengganti dengan *brand* produk yang lebih murah.

Sebagai langkah antisipasi, UMKM dapat menurunkan kuantitas, bukan menurunkan kualitas. Dalam arti, kualitas tetap terjaga, misal: metode *downsizing* atau mengecilkan ukuran volume, akan membantu keuangan konsumen tetapi kualitas produk konsumen tetap terjaga.

b. Konsumen membangun kembali *brand awareness*

Saat krisis, konsumen cenderung melupakan *brand* karena berpatokan kepada harga yang lebih murah. Atas dasar itu, UMKM perlu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *brand awareness*, karena *brand* adalah konsistensi produk dalam waktu panjang.

c. Konsumen online kini bukan hanya milenial

Akibat pandemi, konsumen jalur Internet atau daring (*online*) tidak hanya dominan diisi generasi milenial, melainkan semua generasi. UMKM harus lebih peka mampu menyasar semua kalangan baik dari segi *diferensiasi* produk dan kampanye. *Trend* produk yang dibeli konsumen era pandemi Covid-19 dinikmati satu keluarga di rumah.

d. Kebangkitan tren *group buying*

Group buying adalah pembelian kolektif beberapa pembeli untuk mengaktifkan diskon. Dilatari batasan keluar rumah, konsumen bekerja sama dalam membeli produk tertentu agar mendapatkan potongan harga. ceruk (*niche market*) ini dapat menjadi perhatian UMKM. Produk yang dijual dalam satu paket cenderung diminati konsumen,

seperti: paket *steam boat*, paket sayur dengan bumbu, paket mie ayam bakso, dll.

2. Riset Pasar

Perubahan perilaku konsumen diidentifikasi melalui riset pasar. Riset pemasaran adalah studi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan serta bagaimana mencari cara-cara terbaik untuk memenuhi kebutuhan tersebut. (Griffin and Ronald, 2006: 285).

Teknik riset pasar yang dapat dilakukan UMKM antara lain melakukan wawancara konsumen berkala sehingga UMKM dapat mengetahui kebutuhan dan harapan dari konsumen.

B. Perencanaan bisnis UMKM yang unggul dan berdaya saing

Guna memastikan strategi bisnis UMKM unggul dan berdaya saing selama pandemi, 3 hal yang perlu diperhatikan:

1. Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*)

Levitt (1978) mengembangkan konsep Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*) sebagai berikut:

Product Life Cycle



 GuruPendidikan.co.id

Empat (4) tahapan siklus hidup produk mencakup:

- Perkenalan produk (*introduction*) melalui peluncuran awal sebuah produk (*soft launching*).
- Pertumbuhan produk (*growth*) melalui peluncuran resmi produk (*grand launching*).

- c. Kedewasaan produk (*maturity*) ditandai momentum produk telah dikenal baik oleh konsumen.
- d. Penurunan produk (*decline*) ditandai penurunan minat terhadap produk, sehingga penjualan produk menurun atau produk ditarik dari pasar.

Manfaat pengetahuan tentang siklus hidup produk bagi UMKM adalah:

- a. Memahami dinamika produk dan pasar.
- b. Memahami dinamika persaingan produk yang menentukan strategi pemasaran.
- c. Memperpanjang umur hidup suatu produk dengan menerapkan strategi dan inovasi agar produknya dapat bertahan lebih lama di pasar.

2. Diferensiasi Produk

Diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Strategi diferensiasi berupaya memelihara loyalitas pelanggan dengan memberikan produk nilai lebih dibanding produk lain (Kotler, 2007).

Diferensiasi produk yang berhasil mampu mengalihkan basis persaingan dari harga ke faktor lain, seperti karakteristik produk, strategi distribusi, atau variabel promotif lainnya.

a. Dimensi Diferensiasi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), parameter diferensiasi produk, yaitu:

- 1) Bentuk. Model dan struktur fisik produk.
- 2) Keistimewaan, merupakan suatu kerangka produk, yang menunjang fungsi dasar produk.
- 3) Mutu kinerja. Semua unit diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran tertentu.
- 4) Keandalan. Produk tidak mengalami kerusakan atau kegagalan dalam satu periode tertentu.
- 5) Mudah diperbaiki. Produk gampang direparasi saat mengalami kegagalan atau kerusakan.

- 6) Gaya. Penampilan produk di mata konsumen; ciri pembeda dari pesaing.
- 7) Rancangan (*design*). Rancangan sesuai kondisi dan kebutuhan konsumen.
- 8) Daya Tahan. Produk tahan lama dengan jaminan ketahanan.
- 9) Keunikan. Kekhasan yang membuat konsumen tidak dapat berpaling.

b. Jenis-jenis Diferensiasi Produk

Menurut Soegoto (2009), jenis-jenis diferensiasi produk sebagai berikut:

- 1) *Product Bundling*. Strategi menggabungkan penjualan beberapa produk menjadi satu paket.
- 2) *Product Lining*. Strategi pemasaran dengan menjual beberapa jenis produk. Satu lini produk terdiri dari beberapa produk dengan berbagai variasi ukuran, tipe warna, kualitas atau harga.

C. Rumusan strategi dan taktik pemasaran bagi UMKM untuk menghasilkan pemasaran produk yang masif, cepat, dan berbiaya rendah

1. Strategi Pemasaran STP

Pemasaran merupakan aspek terpenting yang perlu diperhitungkan secara matang oleh pemilik usaha. Strategi pemasaran berdasarkan model STP sebagai berikut:

a. Segmentasi (*Segmentation*)

Menurut Swastha dan Handoko (1997), segmentasi pasar adalah kegiatan membagi pasar yang heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen. Variabel utama segmentasi pasar konsumen mencakup variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku (Griffin dan Ronald, 2006: 282).

Agar segmentasi pasar berguna, beberapa karakteristik yang harus diperhatikan:

- 1) Dapat diukur. Besar pasar dan daya beli segmen dapat diukur.
- 2) Dapat terjangkau. Sejauh mana segmen secara efektif dicapai dan dilayani produsen.
- 3) Besar segmen. Seberapa besar segmen yang harus dijangkau agar penjualan produk memberikan keuntungan secara optimal.
- 4) Dapat dilaksanakan. Sejauh mana program bisa dilakukan secara efektif untuk mengelola segmen.

b. Sasaran (*Targeting*)

Menurut Keegan dan Green (2008), sasaran (*targeting*) adalah proses evaluasi segmentasi dan fokus pemasaran dari sebuah negara, propinsi, atau sekelompok orang yang memiliki potensi untuk memberikan respons. *Targeting* membidik pasar yang telah dipilih dalam analisis segmentasi pasar, dilanjutkan menyusun program pemasaran yang sesuai karakteristik pasar sasaran yang ingin dicapai.

c. Posisi Pasar (*Positioning*)

Posisi Pasar (*Positioning*) adalah menentukan posisi kompetitif sebuah produk atau pasar (Sucipto, 2010: 58). Dengan mengidentifikasi *positioning* suatu produk perusahaan yang atraktif bagi pelanggan, sasaran akan sesuai dengan citra perusahaan yang diharapkan.

Ada 3 langkah dalam menentukan *positioning*, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi keunggulan kompetitif.
- 2) Memilih keunggulan kompetitif.
- 3) Mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi.

2. Taktik pemasaran 4P

Agar produk dikenal luas dan bisnis berkembang pesat, pelaku UMKM memerlukan taktik khusus untuk meningkatkan penjualan produk sekaligus memperluas jangkauan pasar. Taktik ini dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P, yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), dan Penempatan (*Place*).

Jika dijabarkan, taktik pemasaran model 4P sebagai berikut:

a. **Produk (*Product*)**

Produk harus menarik perhatian dan fungsional sesuai kebutuhan pasar. Taktik yang bisa digunakan UMKM: memvariasikan produk dari segi rasa, menciptakan kemasan yang menarik, menggunakan nama produk yang unik, memerhatikan layanan purna jual, serta layanan pengembalian barang apabila terjadi kerusakan.

b. **Harga (*Price*)**

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penetapan harga adalah:

- 1) Kondisi perekonomian
- 2) Tujuan perusahaan
- 3) Legal dan etis
- 4) Bauran pemasaran
- 5) Biaya (HPP)
- 6) Ukuran bisnis
- 7) Persaingan
- 8) Diferensiasi produk
- 9) Sifat pasar
- 10) Permintaan dan penawaran.

Salah satu yang perlu digarisbawahi adalah seringkali UMKM menentukan harga jual tanpa mengetahui berapa sebenarnya HPP dari produk yang dijual, sehingga harga yang ditetapkan bisa jadi terlalu rendah dan keuntungan hanya jasa pembuatan produk saja.

Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah total harga pokok barang dagang yang dijual dalam satu periode. Menghitung HPP usaha produksi, dengan cara berikut:

- 1) Mencatat harga bahan-bahan produksi
- 2) Mencatat biaya transportasi
- 3) Memasukkan biaya label dan kemasan
- 4) Menghitung biaya pemakaian listrik
- 5) Menentukan biaya pemakaian gas

Harga menentukan tingkat penjualan. Taktik harga yang bisa diterapkan UMKM antara lain:

- 1) Menentukan harga sesuai dengan segmentasi yang dituju
- 2) Menggunakan harga termurah produk sejenis dengan memperhatikan HPP.
- 3) Membuat harga paket, bisa dengan beli 10 gratis 1.
- 4) Memakai harga grosir, dapat dengan pembelian minimal 100 buah dapat diskon 25%.
- 5) Membuat harga promosi.

c. Promosi (*Promotion*)

Untuk memperkenalkan produknya, UMKM perlu menentukan teknik promosi yang akan digunakan. Taktik bauran promosi (*promotion mix*) antara lain: iklan, penjualan langsung (*direct selling*), sosok (*endorser*), percobaan (*trial*), *sponsorship*, pameran, jemput bola, rekomendasi, media sosial, dan sebagainya.

d. Distribusi (*Place*)

Pelaku UMKM harus menentukan penempatan, penyebaran, atau distribusi produknya agar dapat cepat diterima konsumen. Taktik penempatan produk mencakup: penjualan dari rumah ke rumah (*door to door*), membuka lapak, sistem konsinyasi atau beli putus, melalui pasar daring (*marketplace*), aplikasi pemesanan produk makanan dan minuman, sistem bayar di tempat (*cash on delivery*), dan sebagainya.

Dari segi jenisnya, distribusi dapat dibagi tiga, yaitu:

- 1) Distribusi intensif. Produk disalurkan seluas mungkin. Misalnya sembako.
- 2) Distribusi selektif. Produk disalurkan ke beberapa penyalur terpilih. Misalnya komputer.
- 3) Distribusi eksklusif. Produk disalurkan dalam jumlah sangat terbatas. Misalnya perhiasan mewah.

Dari salurannya, distribusi terbagi 4 tingkat:

- 1) Saluran tingkat nol. Penjualan langsung dari produsen kepada konsumen.

- 2) Saluran tingkat satu. Penjualan melibatkan satu perantara sebelum mencapai konsumen.
- 3) Saluran tingkat dua. Melibatkan dua perantara.
- 4) Saluran tingkat banyak. Melibatkan banyak perantara (*multi level channel*).

Hal penting dalam jaringan distribusi dan aplikasinya ke *e-bisnis* adalah:

- 1) Peran distribusi untuk mengklasifikasi barang atau memilah sesuai dengan jenis, ukuran, dan kualitasnya.
- 2) Bertugas untuk memperkenalkan barang atau jasa yang diperdagangkan kepada konsumen, seperti dengan reklame atau iklan dan membeli barang/ jasa dari produsen atau pedagang yang lebih besar
- 3) Faktor-faktor yang mempengaruhi desain jaringan distribusi dan perangkat lunaknya, yaitu: waktu merespon, berbagai produk, ketersediaan produk, pengalaman pelanggan, saatnya kirim ke pasar, *visibilitas* pesanan dan proses pengembalian
- 4) Opsi desain untuk jaringan distribusi, yaitu: penyimpanan produk dengan pengiriman langsung, penyimpanan pabrikaan dengan pengiriman langsung dan penggabungan dengan kiriman transit, penyimpanan distributor dengan pengiriman operator, penyimpanan distributor dengan pengiriman terakhir, penyimpanan produk/ distributor dengan pengambilan oleh pelanggan.

Barang dan jasa didistribusikan sesuai ragam, ukuran, dan kualitas. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen: waktu respons, ketersediaan produk, pengalaman pelanggan, visibilitas pesanan, kemudahan transfer, dan proses pengembalian. Tren terkini menggunakan jasa distribusi berbasis daring.

3. Pemasaran Daring (*Online Marketing*)

Berdasarkan hasil riset Hootsuite, perusahaan layanan manajemen konten Kanada, pengguna internet Indonesia per bulan Januari 2020 berjumlah 175,4 juta jiwa. Sepanjang tahun

2019, 168,3 juta diantaranya melakukan pembelian barang secara daring. Bisa dibayangkan seberapa banyak penambahan jumlah pembeli daring akibat pandemi Covid-19.

Berdasarkan hal tersebut di atas, UMKM idealnya memanfaatkan peluang penjualan yang terbuka melalui saluran Internet. Sebagai pedoman, bisa digunakan taktik pemasaran model SISTEM sebagai berikut:

a. S - Search and Research (Penelitian)

UMKM perlu meneliti perilaku, segmen, dan tren pasar. Sebagaimana dilansir oleh *Google Trends* (2019), peringkat pertama penelusuran di mesin pencarian Google untuk keperluan belanja ditempati oleh kata *harga*. Artinya, harga menjadi pertimbangan awal calon konsumen dalam menentukan pembelian.

Mengingat 147,1 juta pengguna Internet Indonesia memiliki sumber pembayaran digital, pembayaran sebaiknya tak hanya berbasis bayar di tempat (*cash on delivery*), tetapi juga melalui kartu kredit dan dompet elektronik seperti DANA dan Gopay.

Lalu, segmen pasar menentukan platform daring yang digunakan, contoh: Apabila pelaku UMKM membidik konsumen berusia 25-34 tahun, Facebook termasuk platform yang ideal.

Sesuai data layanan periklanan Facebook per bulan Januari 2020, 20,6% pengguna wanita berusia 25-34 tahun mengklik iklan yang dipasang di platform mereka.

Tren pun demikian. *Google Trends* bisa menjadi alternatif untuk memeriksa kegemaran publik terkini.

b. I - Initiate Strategy (Memulai Strategi)

Pelaku UMKM perlu mempertimbangkan jumlah dana (*budget*), ketepatan platform dengan target audiens, dan alokasi waktu buat mengelola toko daring. Terkait lokasi, ada 3 tempat berjualan utama di dunia maya:

1) Marketplace

Marketplace adalah situs perantara antara penjual dan pembeli. Berdasarkan informasi Pusat Data dan Analisa

Tempo, Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak menempati peringkat 3 besar *marketplace* di Indonesia. Mendaftar di *marketplace* tidak dikenakan biaya. Untuk meningkatkan penjualan, UMKM bisa memilih skema toko berbintang dan toko resmi. Perbedaannya terletak pada prosentase bagi hasil dan persyaratan data yang diberikan kepada platform. Selain itu, ada opsi biaya iklan. Produk-produk mitra berbayar teratas di pencarian.

2) *Online Shop*

Online shop adalah berbagai toko di dunia maya. Toko ini bisa berbasis situs (*website*), bisa berbasis media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Untuk pemesanan, toko menerima *order* melalui pesan langsung (*direct message*) atau aplikasi *chat* seperti Whatsapp dan LINE. Setelah mengirim gambar bukti bayar, toko mengirimkan produk ke konsumen.

3) *E-commerce*

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) sering digunakan untuk menggambarkan *marketplace*, padahal berbeda. *E-commerce* hanya menjual produk di situs pemilik usaha itu sendiri. Kelebihan *e-commerce* adalah kita dapat meningkatkan kesadaran publik tentang merk yang dimiliki, seluruh produk yang dijual milik sendiri, dengan peraturan buatan sendiri.

c. **S - Start Content (Memulai Isi Toko)**

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar calon konsumen tertarik untuk berbelanja:

- 1) Tulisan. Deskripsi produk perlu jelas, mulai dari dimensi sampai warna.
- 2) Audio visual: foto, video, dan *podcast* menarik dan berkualitas, namun tidak memakan *byte* agar *loading* situs tidak lambat.
- 3) Testimoni dan rating. Sebanyak banyak testimoni dan tinggi nilai rating, semakin besar peluang mendapatkan pelanggan baru.

d. **T - Traffic (Arus Pengunjung)**

Sebagus apapun toko yang dibuat, jika tak ada pengunjungnya percuma. Oleh sebab itu, beberapa teknik meningkatkan pengunjung toko daring:

- 1) Pengoptimalan Mesin Telusur (*Search Engine Optimization*; SEO). SEO merupakan satu usaha menempatkan toko di halaman pertama mesin pencarian. Cara meningkatkan SEO: Rutin *login*, *posting*, dan berbagi *link*. Merk dan kata kunci harus sering disebutkan.
- 2) Bayar Per Klik (*Pay Per Click*; PPC). Sistem periklanan dengan pembayaran tergantung jumlah klik. Biaya dapat disesuaikan kemampuan kantong.
- 3) Pemasaran via surel (*email marketing*), media sosial, dan aplikasi *chat*. Setiap pengunjung didata surel dan nomor ponselnya. Melalui persetujuan konsumen, pelanggan dapat menerima notifikasi rutin pembaruan di toko.

e. **E - Embrace Relationship (Menjalin Hubungan)**

Hubungan dengan orang lain esensial untuk memastikan keberhasilan toko daring. Pelanggan dijaga loyalitasnya melalui kartu anggota, program diskon, *give away*, *live stream*, dan tips-tips gratis. Sesama pedagang didekati agar supaya saling berbagi ilmu dan promosi. Selain itu, publik dirangkul dengan mengikuti berbagai forum komunitas. Silaturahmi membuka pintu rezeki, termasuk relasi dengan blogger, Youtuber, selebgram, dan media massa, membentuk hubungan yang saling menguntungkan. Mereka mendapat konten gratis, toko mendapat publikasi.

f. **M - Make Fast and Quality Distribution (Distribusi Cepat dan Berkualitas)**

Marketplace secara otomatis menyediakan pilihan mitra distribusi. Untuk situs pribadi dan media sosial, mitra perlu dipilih sendiri. Di Indonesia paling populer Gojek dan Grab. Poin utama yang diapresiasi pelanggan adalah kecepatan dan kualitas distribusi. Semakin cepat distribusi tanpa kerusakan, semakin besar kepercayaan pelanggan terhadap toko daring.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan permasalahan munculnya pandemi Covid-19, dapat dilihat bahwa konsumen melakukan perubahan perilaku, maka peluang ini dapat dimanfaatkan UMKM dengan melakukan riset pasar.

Karakteristik konsumen akibat pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen mencari lokasi yang dekat dengan rumah/ tempat kerja (agar cepat).
 - b. Kebersihan dan higienisnya sangat dipertimbangkan
 - c. Ketersediaan produk makanan yang stabil (*ready to eat yang fresh*)
 - d. Harga yang kompetitif.
2. Dari permasalahan perubahan perilaku konsumen, maka UMKM perlu membuat rencana bisnis selama pandemi Covid-19- mencakup pertimbangan dengan membuat produk yang unik dan mampu menjawab kebutuhan konsumen, dengan memperhatikan siklus hidup produk dan diferensiasi produk agar unggul dan berdaya saing.

Rencana bisnis dapat dirumuskan dengan strategi dan taktik UMKM untuk menghasilkan pemasaran produk yang masif, cepat, dan berbiaya rendah harus melibatkan strategi pemasaran STP, taktik pemasaran P4, dan pemasaran berbasis daring.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Hendry. 2000. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Edisi Kedua. Boston: Kent Publishing Company
- Ayodya, Wulan. 2014. *UMKM 4.0: Strategi UMKM Memasuki Era Digital*. Jakarta. Gramedia.
- Basrowi. 2014. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*,

- Liberty, Yogyakarta, 2005, hlm. 241
- Cravens, David W. 2000. *Pemasaran Strategis*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, H. 1982. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBF UGM
- Ferrel, O.C, Hirt, G. & Ferrel, L.(2008). *Business: A Changing World*. New York: McGraw-Hill Book Company
- Griffin, Ricky W. and Ronald J. Ebert. 2006. *Bisnis Jilid 1*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Differentiation*. Bandung: Mizan
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Principle of Marketing*. Edisi ke-15. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- _____. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. London: Pearson Education Limited
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Ryan, Damian dan Calvin Jones. 2009. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*". London: Kogan Page
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Consumer Behavior*. Edisi Kesembilan. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Sucipto, Agus. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN Maliki Press
- Sumarwan, Ujang, Prof. 2011. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Soegoto, E.S. 2009. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Stanton, W.J. 1978. *Fundamentals of Marketing*. Edisi Kelima. Tokyo: McGraw-Hill Book Company.

- Stokes, Rob. 2013. *"E-Marketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital World"*. Cape Town: Quirk Education Pty Jurnal: Sahetapy, JoeFar. 2013. *Diferensiasi produk, strategi merek, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian meubel UD Sinar Sakti Manado*. Jurnal EMBA, Vol.1, No.3.
- Rochmah, Siti. 2014. *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Potongan Tunai Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Konfeksi di Kecamatan Semarang Barat*. Jurnal STIE Semarang, Vol.6, No.2. *"Covid-19 Coronavirus Pandemic"*. Worldometer. 8 Mei 2020. Web. Diakses 8 Mei 2020. https://www.worldometers.info/coronavirus/?utm_campaign=homeAdvegas1?%22
- "Covid-19 situation update worldwide, as of 7 May 2020."* ECDC. 7 Mei 2020. Web. Diakses 8 Mei 2020. <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases>
- "Kemkop dan UKM Targetkan Peningkatan Kontribusi UMKM Untuk PDB"*. BeritaSatu.Com. Diakses 4 Mei 2020. <http://www.depkop.go.id/read/kemkop-dan-ukm-targetkan-peningkatan-kontribusi-umkm-untuk-pdb>
- Kemp, Simon. *"Digital 2020: Indonesia"*. DataReportal. 18 Februari 2020. Web. Diakses 15 April 2020. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- "Materi Pemasaran Online (Online Marketing)"*. Academia.Edu. Web. Diakses 4 Mei 2020. <https://unbaja.academia.edu/WonkLembur>.
- "Perubahan Perilaku Konsumen Saat Pandemi Corona"*. Jurnal. id. Diakses 6 Mei 2020. <https://www.jurnal.id/id/blog/perubahan-perilaku-konsumen-saat-pandemi-corona/>.
- Rachmatunnisa. *"Tokopedia, Bukalapak, Shopee cs: Siapa Juaranya?"* 5 Desember 2019. Web. Diakses 7 Mei 2020. <https://inet.detik.com/business/d-4811377/tokopedia-bukalapak-shopee-cs-siapa-juaranya>
- Setiawan, Parta. *"Pengertian Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)"*. GuruPendidikan.Co.Id. 6 Januari 2020. Web. Diakses 4 Mei 2020. <https://www.gurupendidikan.co.id/siklus-hidup-produk/>

"Update 7 Mei: Bertambah 338, Kini Ada 12.776 Kasus Covid-19 di Indonesia." Kompas. 7 Mei 2020. Web. Diakses 8 Mei 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2020/05/07/15544371/update-7-mei-bertambah-338-kini-ada-12776-kasus-covid-19-di-indonesia>

Unggul

Universitas
Esa Unggul

Unggul

Universitas
Esa Unggul



gggul



Universitas

Esa Unggul



gggul



Universitas

Esa Unggul

BAB 10

PEMBIAYAAN DAN PEMODALAN UMKM DIMASA PANDEMI COVID-19

*Bambang Rismadi¹, Yannes Manurung², Charles Sitindaon³,
Binsar Silitonga⁴, Reynaldo⁵*
¹STIE Ekuitas, ²Univ. Mpu Tantular, ^{3,4,5}Unika Santo Thomas

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 di dunia merupakan wabah penyakit yang menghantam perekonomian dunia tidak terkecuali di Indonesia. Pandemi ini mengakibatkan perekonomian tidak bergerak seolah lumpuh mendera usaha skala mikro, kecil, menengah bahkan bersekala besar juga tidak terkecuali.

Skala usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bahkan skala usaha besar pun satu persatu berhenti beroperasi karena dampak dari kebijakan pemerintah dalam menaggulangi covid-19 dengan cara Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) usaha untuk rmemotong rantai penyebaran penularan covid-19. Pemutusan kerja dan merumahkan sementara karyawan perusahaan terjadi hampir semua dunia industri dan dunia

usaha baik yang bersifat profit oriented maupun yang non profit oriented. Sektor jasa, dagang maupun manufaktur semua merasakan situasi yang sama. Sektor jasa keuangan ikut terpuruk turut memperparah sektor industri dari sisi permodalan.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha penyangga utama perekonomian yang dapat menyerap banyak tenaga kerja, namun dukungan pembiayaan (modal dan pembiayaan) terhadap pengembangan UMKM masih dirasa kurang memadai. Pemulihan ekonomi dalam perekonomian daerah akan lebih cepat tercapai apa bila peran UMKM dapat lebih ditingkatkan dan berbagai kendala internal yang melilit UMKM seperti pembiayaan dan permodalan dapat dicarikan solusi yang tepat dan akurat.

Pembiayaan dan permodalan bagi pengembangan UMKM sering menjadi kendala mengingat UMKM memiliki keterbatasan kemampuannya untuk mengakses terhadap lembaga keuangan non bank atau lembaga keuangan perbankan.

TUJUAN DAN MANFAAT

Pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan memberikan informasi bagi pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang tengah membutuhkan pembiayaan dan permodalan guna mengembangkan usahanya. Dimasa Pandemi Covid-19.

LANDASAN TEORI

Sistem demokrasi ekonomi adalah suatu sistem perekonomian nasional yang merupakan perwujudan dari falsafah Pancasila dan UUD 1945 yang berasaskan kekeluargaan dan kegotongroyongan dari, oleh, dan untuk rakyat di bawah pimpinan dan pengawasan pemerintah. Selain daripada itu sesuai dengan amanat Ketetapan MPR RI Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi, UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Menurut TAP MPR No. IV/MPR/1999 dengan menggunakan istilah sistem ekonomi kerakyatan, di mana masyarakat memegang peran aktif dalam kegiatan ekonomi, dan pemerintah berusaha menciptakan iklim yang sehat bagi pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha.

Usaha Mikro berdasarkan Pasal 1 butir 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yaitu:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan bang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil yaitu:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 yaitu:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak

Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2. Memiliki hasil 1 penjualan tahunan lebih dari Rp.. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Karakteristik Usaha Kecil Menengah Dalam Perkembangan

Selain berdasar Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, dari sudut pandang perkembangannya Usaha Kecil Dan Menengah dapat dikelompokkan dalam beberapa kriteria Usaha Kecil Dan Menengah yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

TINJAUAN UMUM PEMBIAYAAN

Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah nomor 91 tahun 2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi jasa keuangan syariah pasal 1 butir 8 yang dimaksudkan pembiayaan adalah penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antara koperasi dengan anggota, calon anggota, koperasi lain, dan atau anggotanya, yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada

koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah imbalan bagi hasil dan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut.

Menurut Pasal 1 butir 11 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, menengah yang dimaksud pembiayaan adalah penyediaan dana oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat melalui bank, koperasi, dan lembaga keuangan bukan bank, untuk mengembangkan dan memperkuat permodalan usaha mikro, kecil, dan menengah.

SUMBER-SUMBER PEMBIAYAAN TERHADAP UMKM

Membahas mengenai sumber pembiayaan dalam UMKM, Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 pada Pasal 21 disebutkan bahwa:

- (1) Pemerintah dan Pemerintahan Daerah menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil
- (2) Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya
- (3) Usaha Besar nasional dan asing dapat menyediakan pembiayaan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.
- (4) Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Dunia Usaha dapat memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, dan mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- (5) Pemerintah dan Pemerintahan Daerah dapat memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keringanan tarif sarana dan prasarana, dan bentuk insentif lainnya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.

Dari ketentuan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pembiayaan terhadap UMKM dapat diperoleh melalui Pemerintah, Pemerintah Daerah, BUMN, Usaha Besar Nasional dan Asing.

Selain berdasar Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 adapun sumber pembiayaan (modal) terhadap UMKM diantaranya:

1. Modal Sendiri, yakni uang yang dikumpulkan dari tabungan (bila bekerja) atau warisan yang diwariskan orang tua atau hibah pemberian dari orang lain.
2. Dari Barang yang digadaikan, yakni barang milik sendiri yang digadaikan baik ke lembaga formal (seperti Perum Pegadaian) atau informal.
3. Melakukan peminjaman kepada Bank dan Lembaga Keuangan sejenis Bank. Dengan membayar angsuran sesuai tingkat bunga yang ada.
4. Mendapat modal dengan bermitra dengan pihak lain yang sering disebut sebagai kemitraan usaha.
5. Mendapat pinjaman dari lembaga Non Formal seperti LSM Kemanusiaan dan lembaga pemberdayaan ekonomi lainnya.
6. Modal dengan mengoptimalkan hubungan dengan supplier (pemasok).

Selain pengembangan pembiayaan sebagaimana diuraikan diatas masih ada beberapa sistem pembiayaan (multifinance) yang dapat dimanfaatkan UMKM, antara lain: modal ventura, anjank piutang (factoring), penyewaan/(leasing), (pegadaian, dana BUMN dan sebagainya. Pemilihannya tergantung UMKM sendiri, berdasarkan kesesuaian, kemampuan pemenuhan persyaratan dan prosedur yang ditetapkan masing-masing lembaga pembiayaan tersebut. Modal ventura merupakan salah satu program Kementerian Negara Koperasi dan UKM dan telah berkembang di daerah-daerah, hampir disetiappropinsi/ daerah istimewa telah berdiri Perusahaan Modal Ventura Daerah (LMVD) yang menyediakan modal produktif bagi UMKM.

FUNGSI DAN USAHA LEMBAGA KEUANGAN BANK DALAM PEMBIAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Fungsi Lembaga Keuangan adalah sebagai perantara antara kelompok masyarakat yang kelebihan dana dengan kelompok masyarakat yang mengalami kekurangan dana. Kelompok masyarakat yang dengan berbagai alasan menyimpan uangnya pada Bank atau Lembaga keuangan lainnya dengan alasan *safety, liquidity, accessibility, convenience* dan untuk mencapai target jumlah tertentu.

Bank sebagai lembaga pemberi kredit sangat berperan membantu pengusaha-pengusaha daerah guna meningkatkan kegiatan perekonomian di daerah, guna memperlancar kegiatan perekonomian masyarakat. Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan perimbangan bunga.

Bank Indonesia sejak tanggal 2 April 2007 mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia yang intinya memperlonggar sejumlah persyaratan kredit perbankan bagi UKM. Pelonggaran meliputi tiga hal, yaitu: 1) ketentuan kredit bagi UKM dipermudah, bila selama ini kredit pada UKM harus memenuhi tiga syarat, yaitu prospek industri, sisi balance, dan kemampuan membayar, maka kini dua persyaratan dihilangkan, tinggal satu persyaratan yaitu kemampuan membayar; 2) pelonggaran mengenai pemberian kredit bagi perusahaan yang bermasalah, yaitu bila perusahaan bermasalah bukan karena kesengajaan tapi akibat situasi makro dan eksternal perusahaan misalnya terjadinya bencana non alam, maka perusahaan tersebut boleh mendapat kredit; 3) kemudian bagi perusahaan yang berada dalam induk perusahaan (*holding*) bermasalah bermasalah, tetapi unit perusahaan dinilai sehat dan tak bermasalah, maka dapat diberikan kredit.

Dengan dihilangkan dua syarat dan hanya tinggal satu persyaratan yaitu kemampuan membayar. Berarti kredit perbankan UMKM berdasarkan pada kelayakan usaha, maka UMKM harus melakukan pembenahan dan peningkatan kemampuannya. Dalam hal ini, hanya UMKM yang memiliki usaha layak dan memiliki manajemen dan administrasi rapi yang akan cepat bisa memanfaatkan kredit perbankan. Dengan prasyarat seperti itu, maka tidak akan banyak pula UMKM yang dapat memanfaatkan kredit bank. Untuk itu, agar kemudahan kredit tersebut dapat tersebut dapat optimal bisa dimanfaatkan UMKM masih perlu dukungan penjaminan kredit.

Pada pengabdian masyarakat ini, Tim juga sebelumnya telah mendatangi beberapa toko penjualan dan pembuatan boneka di kawasan Pasar Gembong Jalan Basuki Rachmat Jakarta Timur. TIM menanyakan mengenai pembiayaan terhadap usaha ini, kemudian didapatkan informasi bahwa usaha tersebut bermodal awal kurang lebihnya 15 juta rupiah dan guna memperkuat kebutuhan modal maka usaha ini memerlukan pembiayaan dengan kredit pinjaman di Bank. Melihat pada pembiayaan usaha ini maka jelas lembaga keuangan Bank memperhatikan kebutuhan permodalan para pengusaha/pengrajin sektor UMKM.

KESIMPULAN

1. Sumber-Sumber Pembiayaan Terhadap UMKM dapat diperoleh melalui Pemerintah, Pemerintah Daerah, BUMN, Usaha Besar Nasional dan Asing. Selain itu masih ada beberapa sistem pembiayaan (multifinance) yang dapat di manfaatkan MKM, antara lain: modal ventura, anjak piutang (factoring), penyewaan(leasing), pegadaian, dana BUMN dan sebagainya. Pemilihannya tergantung UMKM sendiri, berdasarkan kesesuaian, kemampuan pemenuhan persyaratan dan prosedur yang ditetapkan masing-masing lembaga pembiayaan tersebut.

2. Bank sebagai lembaga pemberi kredit sangat berperan membantu pengusaha-pengusaha daerah guna meningkatkan kegiatan perekonomian di daerah, guna memperlancar kegiatan perekonomian masyarakat. Bank Indonesia pada tanggal 2 April 2007 melalui Peraturan Bank Indonesia memperlonggar sejumlah persyaratan kredit perbankan bagi UKM yaitu dengan dihilangkan dua syarat dan hanya tinggal satu persyaratan yaitu kemampuan membayar. Berarti kredit perbankan UMKM berdasarkan pada kelayakan usaha. Agar kemudahan ini menjadi optimal bagi UMKM diperlukan juga penjaminan kredit.

DAFTAR PUSTAKA



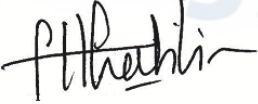
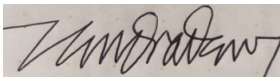

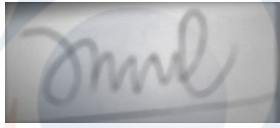
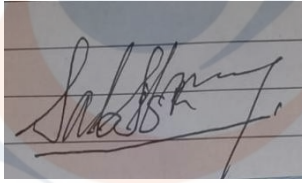
TAP MPR RI Nomor XVI/MPR-RI/1998

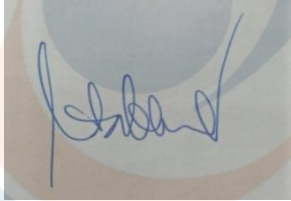
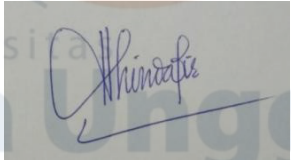
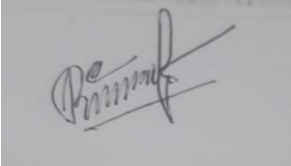

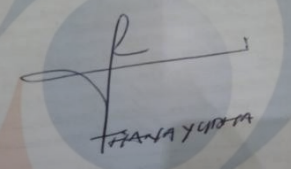
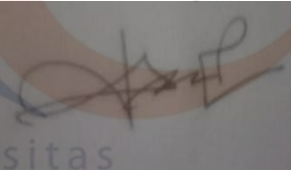
TAP MPR No. IV/MPR/1999

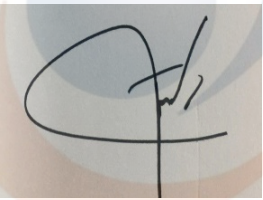
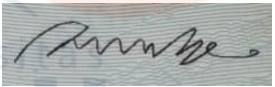

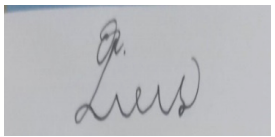
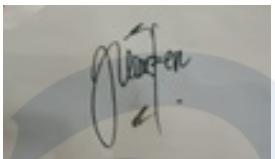

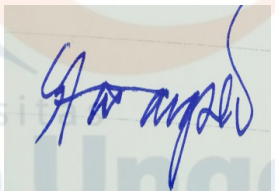
Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

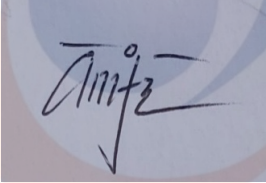
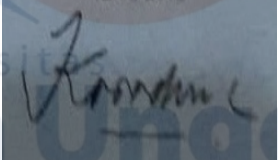

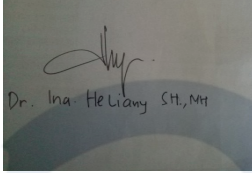
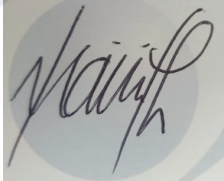

Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah nomor 91 tahun 2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi jasa keuangan syariah.




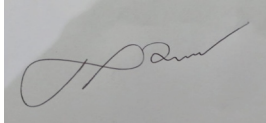


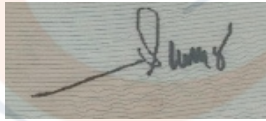
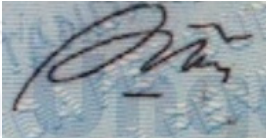
TANDA TANGAN PESERTA DOSEN


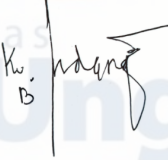
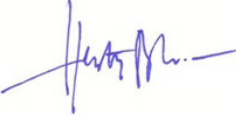


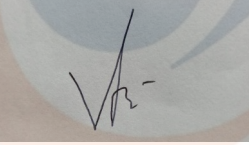
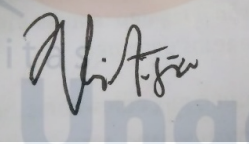
No.	Nama	TANDA TANGAN
1	Amalia Mustika SE. MM. MBA	 Amalia Mustika SE. MM. MBA
2	Dra. Purwanti Dyah Pramanik, M.Si.	
3	Ir. Fachrul Husain Habibie MM	
4	Dra. Savitri Hendradewi, M.Si.Par	
5	Dra. Mimi Enggriani Nuryadin, M.Pd	
6	Karl Benedictus Manalu, S.H., M.H	
7	Dr. Sabungan Sibarani, SH., MH	

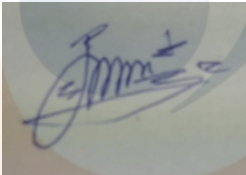

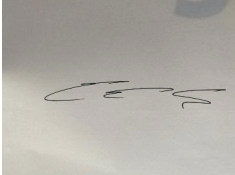
8	Habsulhadiprasodjo Nurhadi, SE., MA	
9	Linda Lidyawati, SE., MM., Ak., CA	
10	Ir. Parulian Naibaho, MM	
11	Jandumas Sihite, SE., SH., MH	
12	Dr. H.E.F Thana Yudha, SH., MH., MA.	
13	Dr. Stephanus Pelor, SH., MH	

14	Dr. Apollo Sinambela, S.H.,M.Si.	
15	Edy Supriyanto, SH.,MH	
16	Muhenri Sihotang, S.H., M.H.	
17	Charles D.L Pardede, S.H., M.H.	
18	Junifer Dame Panjaitan, S.H., M.H.	
19	Sitinah, S.Sos., MM	
20	Ir. Siti Wardiningsih, M.Si	

21	Dr. Niru Anita Sinaga, SH., MH.	
22	Dr. Danggur Konradus, SH., MH	
23	Sangga Sinambela, SH. MH	
24	Dr. Ina Heliany, SH.,MH	
25	Mainita Hidayati, S.Sos.,M.A	
26	Ratih Kumala, S.AP.,M.A	

27	Wuwuh Andayani, S.Pd.,M.A	
28	Drs. Ridwal, M.A	
29	Aldino S.AB., M.A	
30	Drs. Bambang Rismadi M. Si., Ak., CA	
31	Drs. Yannes Manurung Ak., MM., CA., CPA	
32	Ir. Charles Sitindaon, MT.	
33	Ir. Binsar Silitonga, MT.	
34	Reynaldo, ST., M.Eng	

35	Aramia Fahriyah, ST., MA	
36	Endang Katmiwati, M.Eng, PhD	
37	Hentje Alvy Pongoh, SE. M.M	
38	Muhammad Rifni, SE. MM.Tr	
39	Nadiyah Abidin, SS., M.Si., M.Pd	
40	Tri Andari Ratna, SAB, MA	
41	Vita Vitisia, SE., S.Pd., M.M	

42	Agus Herwanto S.Kom, MM	
43	Diana Novita, ST, MM	
44	Eko Cahyo Mayndarto SE, MM, CMA	

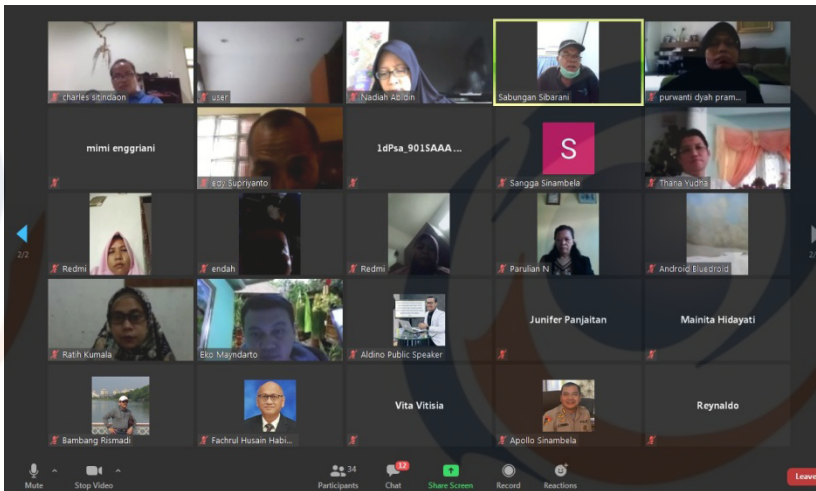
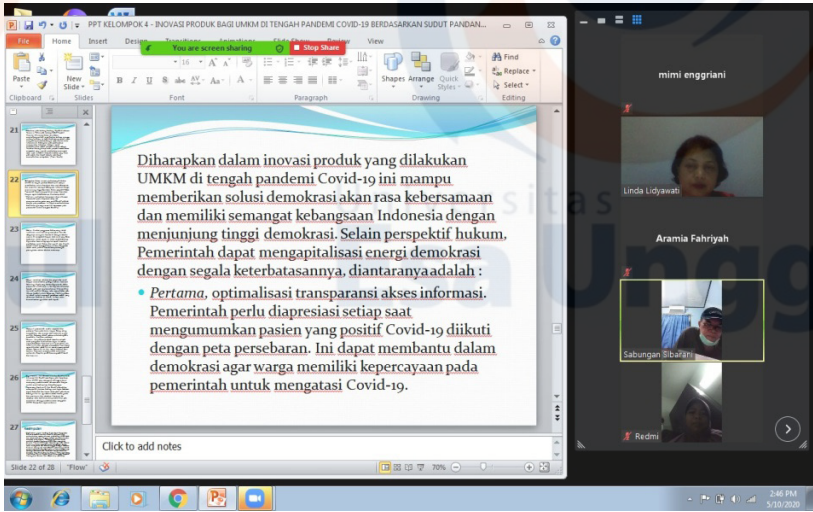
**DAFTAR ABSENSI PESERTA UMKM PADA
KEGIATAN ABDIMAS ONLINE**

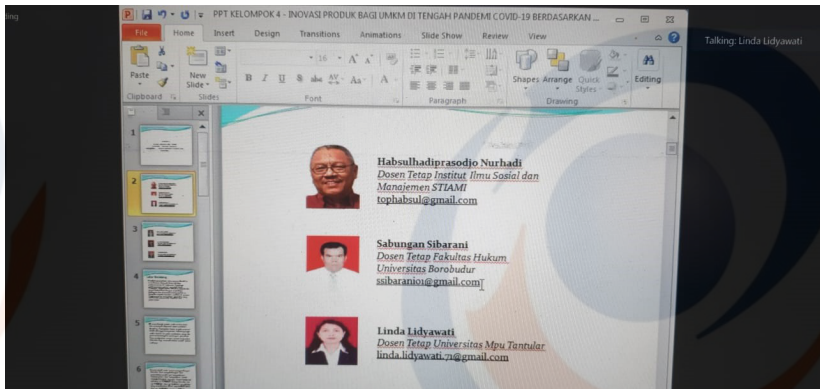
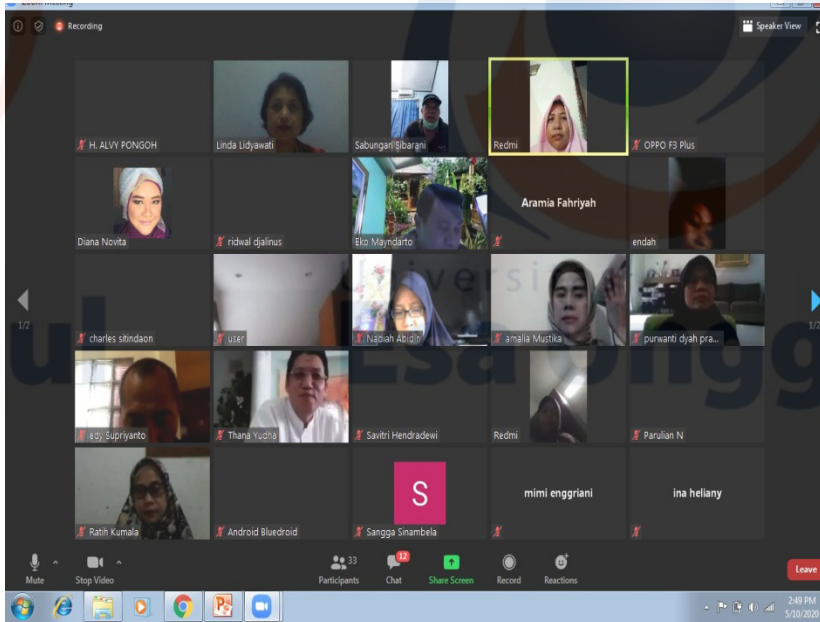
Minggu 10 Mei 2020

NO	NAMA PESERTA	TANDA TANGAN
1	Julaikha	
2	Siti Asiyah	
3	Suhan	
4	Yanti	
5	Siti Fatimah	
6	Sunah	
7	Dyah Novi	
8	Nadzir	

9	Siti Munawaroh	
10	Nur Ilham	

DOKUMENTASI





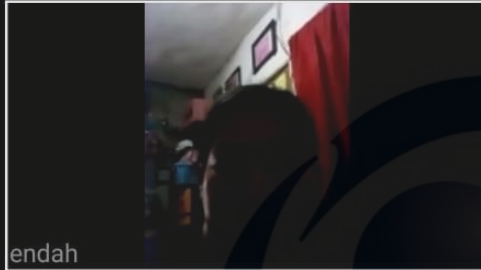
15:12



Linda Lidyawati



Thana Yudha



endah



Android Bluedroid



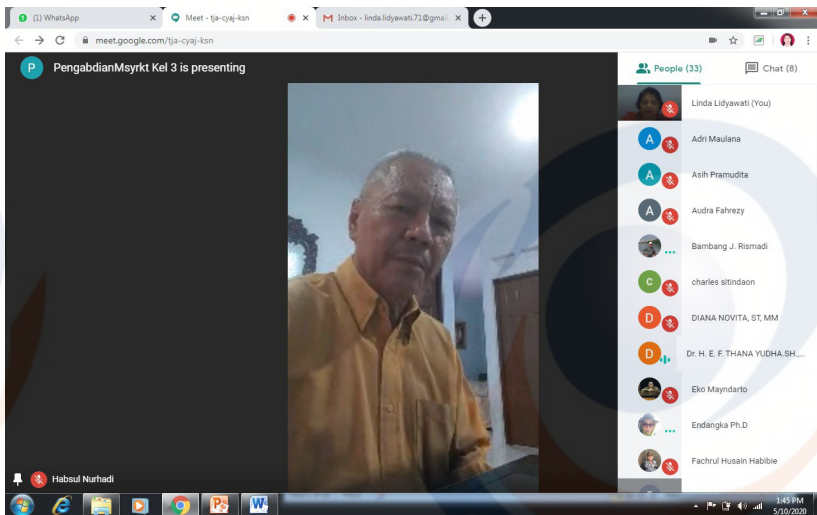


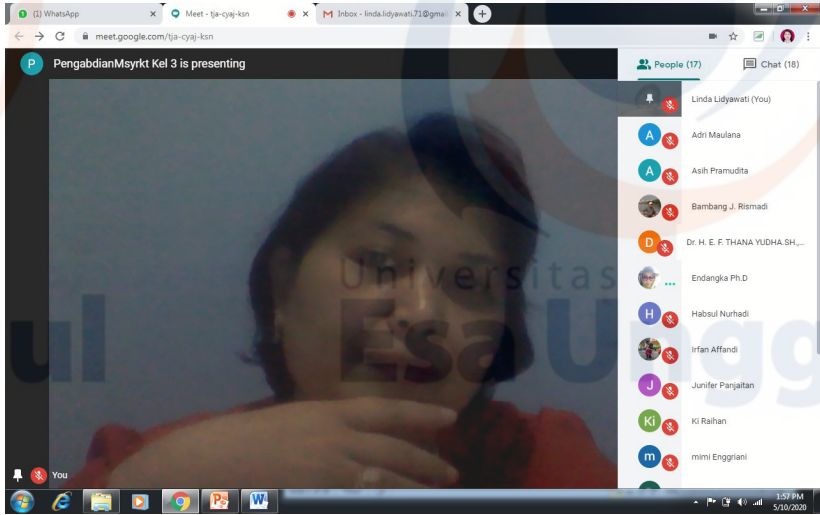
Universitas
Esa Unggul

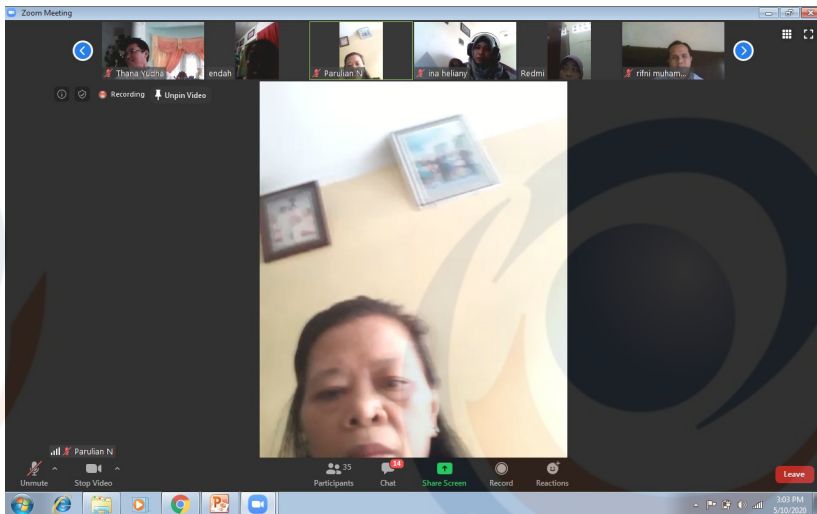


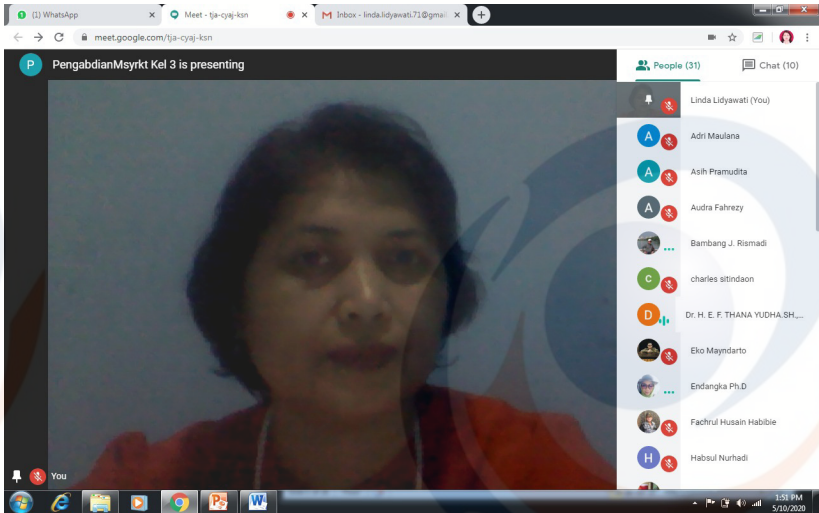


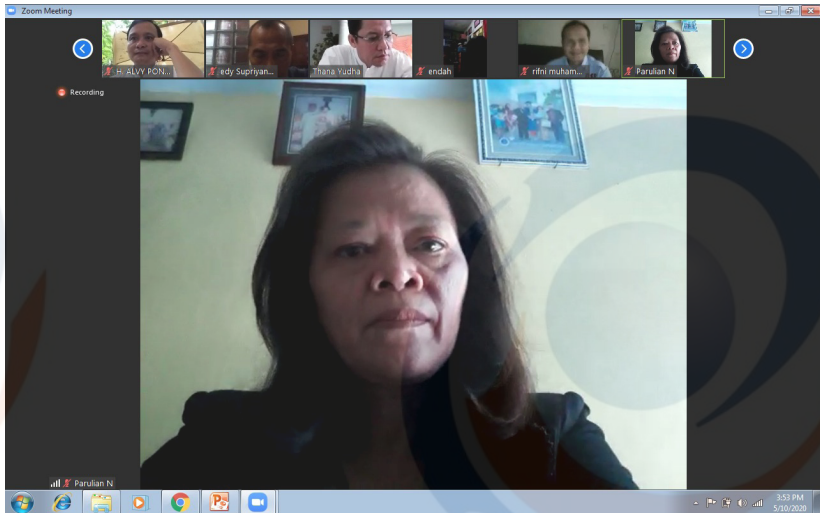
Universitas
Esa Unggul



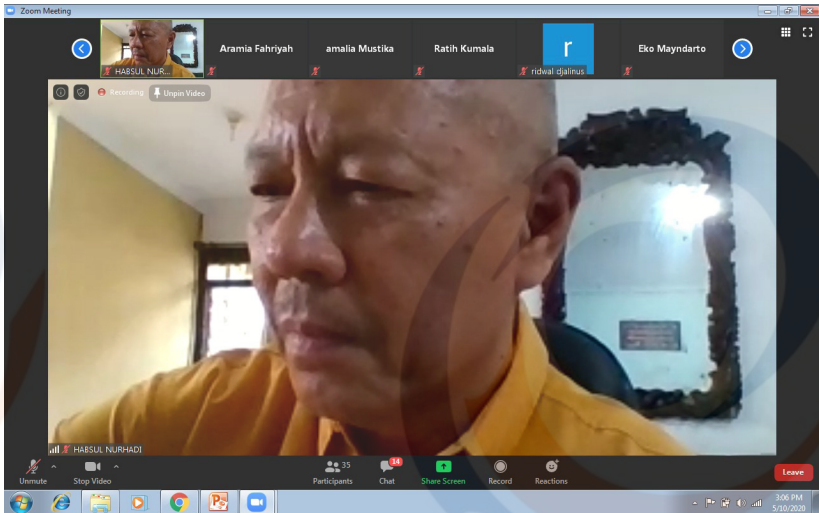


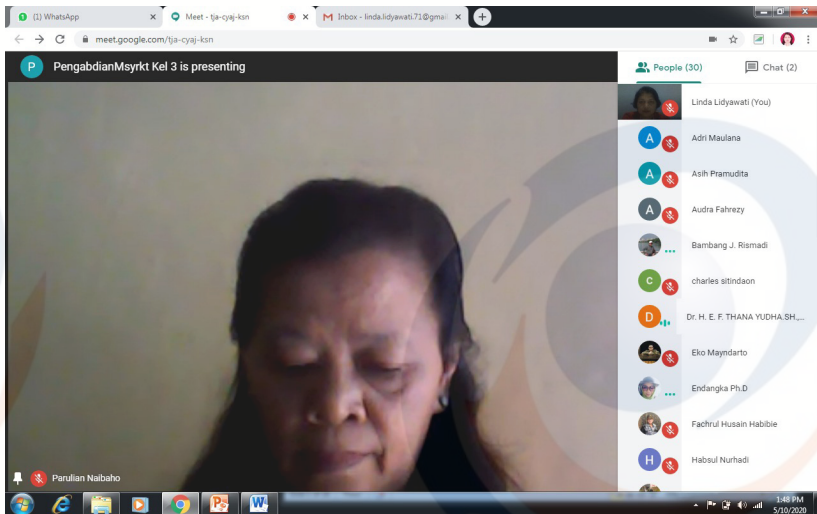


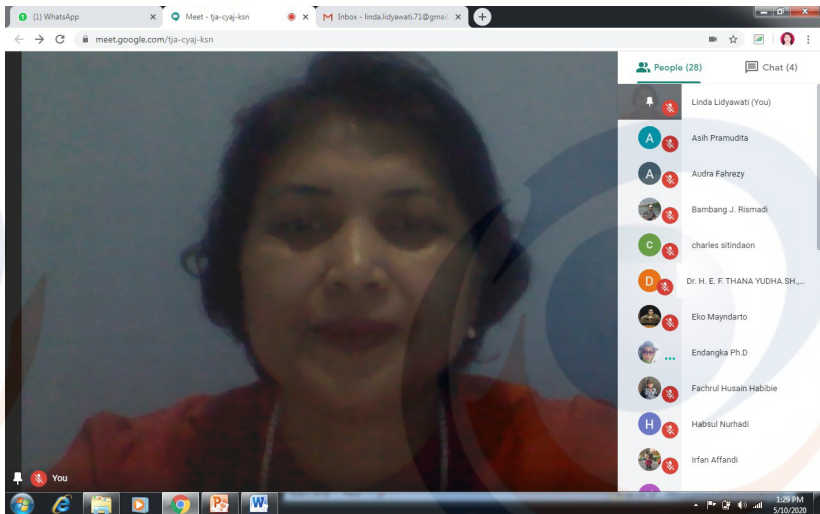
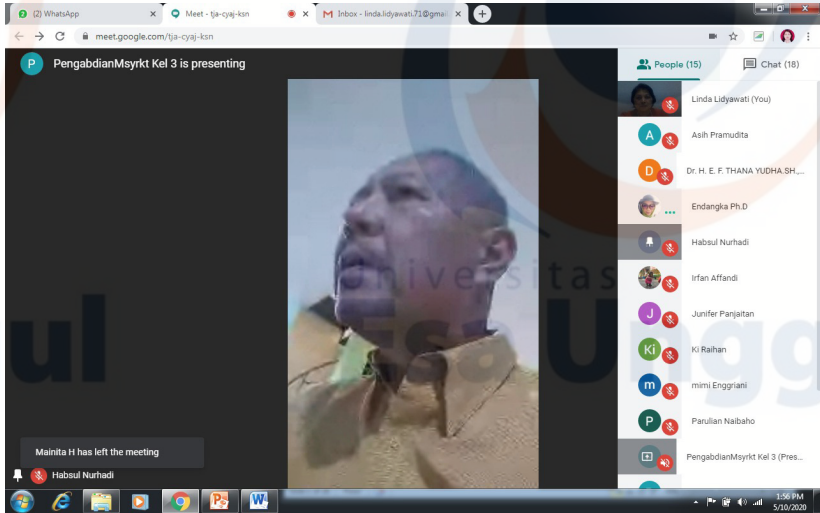












BIOGRAFI PENULIS



Nama : **Amalia Mustika SE. MM. MBA**
Tempat/Tgl.Lahir: Jakarta 09 Februari 1969
Pendidikan: S2 Ilmu Manajemen Universitas Bunda Mulia dan Multimedia University Malaysia
Pekerjaan: Dosen STP Trisakti
Email: amaliamustika@stptrisakti.ac.id
Ph.0818815754



Nama: **Dra. Purwanti Dyah Pramanik.M.Si**
Tempat/Tgl.Lahir: Sukabumi, 21 Mei 1964
Pendidikan: S2 Ilmu Administrasi Universitas Indonesia
Pekerjaan: Dosen STP Trisakti
Email: purwanti@stptrisakti.ac.id
Ph.087887442562



Nama: **Ir. Fachrul Husain Habibie MM.**
Tempat/Tanggal Lahir: Ujungpandang, 22 Juni 1968
Pendidikan: S2 Manajemen di Pasca Sarjana Universitas Trisakti
Pekerjaan: Dosen STP Trisakti
E-mail: fachrul@stptrisakti.ac.id
Ph. 081212610737



Nama: **Dra. Savitri Hendradewi, M.Si.Par**
Tanggal Lahir: Solo, 18 Mei 1963
Pendidikan: S2 Magister Sains
Pariwisata STP Trisakti
Pekerjaan: Dosen STP Trisakti
E-mail: savitri.dewi@stptrisakti.ac.id
Ph: 0813.16.01.01.88



Nama: **Dra. Mimi Enggriani Nuryadin, M.Pd**
Tanggal Lahir: Padang, 08 November 1960
Pendidikan: S2 Pendidikan Bahasa
Pekerjaan: Dosen STP Trisakti
E-mail: mimienggriani@stptrisakti.ac.id
Ph: 081310389978



Nama: **Karl Benedictus Manalu, S.H., M.H.**
Tempat / Tanggal Lahir: Bogor, 4 Desember 1986
Pendidikan: S2 Ilmu Hukum di Fakultas Hukum
Universitas Tarumanagara
Pekerjaan: Dosen Fakultas Hukum Universitas Mpu
Tantular
E-mail: karl.manalu@yahoo.com
Ph. 081287465735



Nama: **Dr. Sabungan Sibarani, SH., MH.**
Tempat Tanggal Lahir: Aceh, 15 November 1959
Pendidikan : S3 Ilmu Hukum, Universitas Borobudur.
Pekerjaan: Dosen Tetap, Fakultas Hukum Universitas
Borobudur.
E-mail: ssibarani01@gmail.com
Ph. 0813-8481-0888



Nama: **Habsulhadiprasodjo Nurhadi, SE., MA**
Tempat Tanggal Lahir: Yogyakarta, 23 Juni 1953
Pendidikan: S2 Administrasi Publik, Institut STIAM I
Pekerjaan: Dosen Tetap pada Institut STIAM I, Wartawan
Kompeten Utama Dewan Pers Nomor 1513
E-mail: tophabsul@gmail.com
Ph. 081288018319



Nama: **Linda Lidyawati, SE., MM., Ak., CA**
Tempat Tanggal Lahir: Sukabumi, 04 Desember 1971
Pendidikan: S2 Manajemen Keuangan, Universitas Mpu
Tantular
Pekerjaan: Dosen Tetap, Fakultas Ekonomi Universitas
Mpu Tantular
E-mail: linda.lidyawati.71@gmail.com



Nama: **Ir. Parulian Naibaho, MM**
Tempat Tanggal Lahir: Tj. Bunga, 30 Desember 1964
Pendidikan: S2 Manajemen Sumber Daya Manusia,
Universitas Mpu Tantular
Pekerjaan: Dosen Tetap, Universitas Mpu Tantular
E-mail: paruliannaibaho64@yahoo.com
Ph. 081380632992



Nama: **Jandumas Sihite, SE., SH., MH**
Tempat Tanggal Lahir: Tapteng, 27 Januari 1969
Pendidikan : S2 Ilmu Hukum, Universitas Mpu Tantular
Pekerjaan: Dosen Tetap, Universitas Mpu Tantular
E-mail: gki_jdu@yahoo.com
Ph. 089677903633



Nama: **Dr. H.E.F. Thana Yudha, SH., MH., MA**
Tempat Tanggal Lahir: Jakarta, 11 Januari 1967
Pendidikan: S3 Ilmu Hukum, Universitas Jayabaya,
Northern California University
Pekerjaan: Dosen Tetap, Universitas Mpu Tantular
E-mail: thana.yudha@yahoo.com
Ph. 0816227203



Nama: **Dr. Stephanus Pelor, SH., MH**
Tempat Tanggal Lahir: Flores, 23 Januari 1965
Pendidikan: S3 Ilmu Hukum, Universitas Jayabaya
Pekerjaan: Dosen Tetap, Universitas Mpu Tantular
Email: stephanustephanus@gmail.com
Ph. 08119999866



Nama: **Sitinah, S.Sos., MM**
Tempat/tgl lahir: Purworejo, 13 Agustus 1957
Pendidikan: S-2 Unkris
Pekerjaan: Dosen Univ. Mpu Tantular.
E-mail: sitinah1957@yahoo.com
Hp: 081380703909



Nama: **Ir. Sitti Wardiningsih, M.Si**
Tempat/tgl lahir: Kertosono, 28 Oktober 1957
Pendidikan: S2 Institut Pertanian Bogor
Pekerjaan: Dosen di ISTN
E-mail: wardiningsih.sitti@gmail.com
Hp.: 081806033897



Nama: **Dr. Niru Anita Sinaga, SH., MH.**
Tempat/Tgl lahir: Lbn. Panggabean Taput, 27 Oktober
1965
Pendidikan: S3 Program Studi Doktor Ilmu Hukum
Universitas Jayabaya
Pekerjaan: Dosen Fakultas Hukum Universitas
Dirgantara Marsekal Suryadarma (Unsurya)
E-mail: anita_slnaga@yahoo.com Hp: 087882413989



Nama: **Dr. Danggur Konradus, SH., MH**
Tempat/Tgl lahir: Lolang Manggarai Flores, 2 Juni 1962
Pendidikan: S3 Ilmu Hukum UNDIP Semarang
Pekerjaan: Partner Pendiri Law Firm Danggur Konradus & Partners
Hp. 0816874596



Nama: **Dr. Ina Heliany, SH., MH**
TTL: Jakarta 26 No 1983
Alamat: Jl. Melon 1 Blok SB 11 Harapan Indah Rt. 012/020 Pejuang Bekasi
Pendidikan: (S-3) Ilmu Hukum Universitas Jayabaya
Pekerjaan: Dosen Program Pascasarjana Universitas Mpu Tantular Jakarta.
Email: inaheliany6@gmail.com



Nama: **Dr. Apollo Sinambela, S.H., M.Si.**
TTL: Tapanuli Utara/ 26 Juni 1969
D/a: Jln. Serut No. 14, Pdk Ranggung, Cipayung, Jaktim
Pendidikan: S-3 UNJ
Pekerjaan: Dosen UMT
Email: apsin_police2006@yahoo.co.id



Nama: **Sangga Sinambela SH. MH**
Tempat/Tgl Lahir: Medan, 30 September 1969
Pendidikan: S2. Univ. MpuTantular
Pekerjaan: Dosen Univ. Mpu Tantular
E-mail: sangga_sinambela@yahoo.co.id
Hp: 082113112662



Nama: **Edy Supriyanto, SH., MH**
TTL: Medan, 22 -08-1960
Alamat: Perumahan Graha indah, Jln Taman II No. 8
Pendidikan: (S-2) Ilmu Hukum Universitas Tarumanegara
Pekerjaan: Dosen Universitas Mpu Tantular Jakarta.



Nama: **Junifer Dame Panjaitan, S.H., M.H.**
TTL: OnanGanjang, 13-06-1986
Alamat: Komplek Bengrah No. H70/3 Ciajntung Jakarta Timur 13770
Pendidikan: S2 Hukum Universitas Cenderawasih.
Pekerjaan: Dosen Tetap FH Universitas Mpu Tantular Jakarta.
Email: junie_ame86@yahoo.com.



Nama: **Muhenri Sihotang, S.H., M.H.**
TTL: Medan 8 November 1970.
Pendidikan: S2 Hukum Universitas Kristen Indonesia.
Pekerjaan: Dosen Tetap FH Universitas Mpu Tantular Jakarta.
Email: muhenri.sihotang@yahoo.com



Nama: **Charles D.L Pardede, S.H., M.H.**
TTL: Medan 19 Januari 1966.
Pendidikan: S2
Pekerjaan: Dosen Tetap FH Universitas Mpu Tantular Jakarta.
Email: chadaleoparde@gmail.com



Nama: **Mainita Hidayati, S.Sos., M.A**
Tanggal Lahir: Bekasi, 06 Mei 1984
Pendidikan: S2 Ilmu Administrasi dan Kebijakan Perpajakan di UI
Pekerjaan: Dosen Tetap Institut STIAMI
E-mail: mainita.h@gmail.com
Ph. 087882630336



Nama: **Ratih Kumala, S.AP., M.A**
Tanggal Lahir: Bekasi, 23 September 1983
Pendidikan: S2 Ilmu Administrasi Bisnis di Institut STIAMI
Pekerjaan: Dosen Tetap Institut STIAMI
E-mail: rhaty07@gmail.com
Ph. 081294909022



Nama: **Wuwuh Andayani, S.Pd., M.A**
Tanggal Lahir: Kebumen, 11 Desember 1989
Pendidikan: S2 Bahasa Inggris di Naresuan University,
Thailand
Pekerjaan: Dosen Tetap Institut STIAMI
E-mail: wuhanku1112@gmail.com
Ph. 08128555447



Nama: **Drs. Ridwal, M.A**
Tanggal Lahir: Tangerang, 3 Agustus 1959
Pendidikan: S2 Ilmu Administrasi Bisnis di Institut
STIAMI
Pekerjaan: Dosen Institut STIAMI
E-mail: ridwaldjalinus@gmail.com
Ph. 081280718602



Nama: **Aldino, S.AB., M.A**
Tanggal Lahir: Padang, 13 November 1990
Pendidikan: S2 Ilmu Administrasi Bisnis di Institut
STIAMI
Pekerjaan: Dosen Institut STIAMI
E-mail: aldinoofficial13@gmail.com
Ph. 087785628798



Nama: **Drs. Bambang Rismadi M.Si., Ak., CA**
Tempat Tanggal Lahir: Banyuwangi, 07 Juni 1963
Pendidikan: S2 Universitas Padjadjaran Bandung
Pekerjaan: Wakil Rektor Akademik Universitas Mpu
Tantular
E-mail: brismadi@gmail.com
Hp. 081313530089



Nama: **Drs. Yannes Manurung Ak., MM., CA., CPA**
Tempat/Tanggal Lahir: Medan, 13 Pebruari 1966
Pendidikan: S2 Manajemen Universitas IGI
Pekerjaan: Dosen Universitas Mpu Tantular
E-mail: yannesmn@yahoo.com
Hp. 0811187620



Nama: **Ir. Charles Sitindaon, MT.**

Tempat Tanggal Lahir: Simalungun, 19 Desember 1967

Pendidikan: S2 - Teknik Sipil Institut Teknologi Bandung

Pekerjaan: Dosen UNIKA Santo Thomas

E-mail: charles_sitindaon@yahoo.co.id

Hp. 081212960414



Nama: **Ir. Binsar Silitonga, MT.**

Tempat Tanggal Lahir: Medan, 30 Juni 1968

Pendidikan: S2 - Teknik Sipil Institut Teknologi Bandung

Pekerjaan: Dosen UNIKA Santo Thomas

E-mail: binsar_silitong@yahoo.co.id

Hp. 08116199739



Nama: **Reynaldo, ST., M.Eng**

Tempat Tanggal Lahir: Medan, 12 Agustus 1990

Pendidikan: S2 - Teknik Sipil Chulalongkorn University

Pekerjaan: Dosen UNIKA Santo Thomas

E-mail: reynaldo.siahaan@gmail.com

Hp. 085925846564



Nama: **Aramia Fahriyah, S.T., M.A.**

Tempat Tanggal lahir: Malang, 12 Juli 1975

Pendidikan: S2 Administrasi Bisnis Institut STIAMI

S1 Teknik Arsitektur Universitas Brawijaya

Pekerjaan: Dosen Program Studi Administrasi Bisnis

Institut STIAMI Bekasi

Arsitek design, built & renovation

Email: aramia.stiami@gmail.com



Nama: **Endang Katmiwati, M.Eng., Ph.D.**

Tempat Tanggal Lahir: Pati, 8 Juli 1963

Pendidikan: S3 Ochanomizu University Tokyo

S2 Tokyo Institute of Technology

Pekerjaan: Dosen program studi Manajemen,

Komunikasi Institut STIAMI Bekasi, Wakil Kepala

Sekolah SMAN 17 Bekasi, Direktur PT. Ling.Ra Miyuki

Pemilik Lingra Café, dan Penasihat Tabloid Info

Pendidikan News



Nama: **Hentje Alvy Pongoh, S.E., M.M.**

Tempat Tanggal Lahir: Surabaya, 22 Januari 1972

Pendidikan: S2 Manajemen konsentrasi Manajemen Pemasaran Universitas Klabat

S1 Manajemen Universitas Klabat

Pekerjaan: Dosen program studi Manajemen Logistik Institut STIAMI Bekasi

Dosen program studi Operasi Bandar Udara Politeknik Penerbangan Indonesia Curug

Email: hapstiami@gmail.com



Nama: **Muhammad Rifni, S.E., M.MTr.**

Tempat Tanggal Lahir: Banjarmasin, 27 April 1957

Pendidikan: S2 Manajemen Transportasi dan Logistik STMT Trisakti Jakarta

Pekerjaan: Dosen program studi Manajemen Logistik Institut STIAMI Bekasi

Dosen program studi Manajemen Bisnis

ITL Trisakti

Dosen program studi Manajemen Operasi Bandar Udara Politeknik Penerbangan Indonesia Curug

Instruktur DG Lion Air Group

Email: rifnim@gmail.com



Nama: **Nadiah Abidin, S.S, M.Si., M.Pd.**

Tempat Tanggal lahir: Jerman Barat, 17 Januari 1980

Pendidikan: S2 Ilmu Komunikasi konsentrasi Manajemen Komunikasi Universitas Indonesia

S2 Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Indraprasta PGRI

S1 Sastra Jerman Universitas Indonesia

Pekerjaan: Dosen program studi Manajemen Komunikasi Institut STIAMI Bekasi

Pendiri dan pekerja sosial Cahaya Anak Negeri

Penerjemah, penulis, editor, dan penyuluh suara lepas untuk penerbit, production house, stasiun televisi, LSM, perusahaan, dan klien lain

Manajer SDM RS Zainuttagwa Manajer Media Zainuttagwa Sports Medicine Center Sekretaris PT Indo Raya Inc.

Email: nadiahabidin2010@gmail.com



Nama: **Trie Andari Ratna, S.AB., M.A.**
Tempat Tanggal Lahir: Bandung, 18 November 1968
Pendidikan: S2 Administrasi Bisnis Institut STIAMI
S1 Administrasi Bisnis Institut STIAMI
D3 Manajemen Perusahaan Akademi Manajemen
Perusahaan YKPN Yogyakarta
Pekerjaan: Dosen program studi Administrasi Bisnis
Institut STIAMI Bekasi
Pengusaha kosmetik PT Dian Cipta Mandiri Pemilik
outlet-outlet Skin Care and Beauty Clinic Ratna Dewi
Email: audra_ran@yahoo.co.id



Nama: **Vita Vitisia, S.E., S.Pd., M.M.**
Tempat Tanggal lahir: Jakarta, 27 Juni 1984
Pendidikan: S2 Ekonomi jurusan Manajemen
konsentrasi Manajemen Pemasaran Universitas
Bhayangkara Jakarta
S1 Ekonomi jurusan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Trisakti
S1 Pendidikan Tata Niaga (Manajemen Bisnis)
Universitas Negeri Jakarta
Pekerjaan: Dosen program studi Administrasi Bisnis
Institut STIAMI Bekasi, Konsultan property independen,
dan Bendahara Umum FORZA Anti Napza
Email: vitavitisia.vv@gmail.com



Nama : **Diana Novita, ST, MM**
Tanggal Lahir : Jakarta, 05 September 1978
Pendidikan : S2 Manajemen Akuntansi di UPI YAI
Pekerjaan : Dosen Universitas Esa Unggul
E-mail: diana.novita@esaunggul.ac.id
Ph. 081291641255



Nama : **Agus Herwanto, Skom, MM**
Tanggal lahir: Semarang, 07 Agustus 1970
Pendidikan : S2 Manajemen Keuangan di Univ.IGI
Pekerjaan : Dosen Universitas Esa Unggul
E-mail : agus.herwanto@esaunggul.ac.id
Ph. 081314684500



Nama : **Eko Cahyo Mayndarto SE, MM, CMA**
Tanggal Lahir : Bukittinggi 12 Mei 1975
Pendidikan : S2 Manajemen Akuntansi di STIE IPWI
Pekerjaan : Dosen Tetap di Universitas Tama Jagakarsa
E-mail : ekocmayndarto@gmail.com
Hp. 087886034909

ggul

Universitas
Esa Unggul

ggul

Universitas
Esa Unggul