

# Efforts to Increase Sales Results After the Covid-19 Pandemic (Case Study of Buket Umkm in Medan City)

*by* Jurnal Emba Review

---

**Submission date:** 29-Jun-2022 10:04AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1864605881

**File name:** h\_Rahmah,Gita\_Aulyia\_Utami,Nadia\_Ulfa,Muhammad\_Taufiq\_Azhari.pdf (1.22M)

**Word count:** 4325

**Character count:** 27043

## Efforts to Increase Sales Results After the Covid-19 Pandemic (Case Study of Buket Umkm in Medan City)

### Upaya Peningkatan Hasil Penjualan Setelah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Umkm Buket di Kota Medan)

Ami Radianti<sup>1,2,3,4,5</sup>, Azizah Rahmah<sup>2</sup>, Gita Aulyia Utami<sup>3</sup>, Nadia Ulfa<sup>4</sup>, Muhammad Taufiq Azhari<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sumatera Utara  
Email: <sup>1</sup> [amiradianti0704@gmail.com](mailto:amiradianti0704@gmail.com); <sup>2</sup> [rahmahazizah125@gmail.com](mailto:rahmahazizah125@gmail.com); <sup>3</sup> [gitaulyia@gmail.com](mailto:gitaulyia@gmail.com);  
<sup>4</sup> [nadiaulfaaaa0204@gmail.com](mailto:nadiaulfaaaa0204@gmail.com)

#### How to Cite :

Radianti, A., Rahmah, A., Utami, G. A., Ulfa, N., Azhari, M. T. (2022). *Efforts to Increase Sales Results After the Covid-19 Pandemic (Case Study of Buket Umkm in Medan City)*. JURNAL EMBA REVIEW, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emba.v2i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [18 Mei 2022]

Revised [03 Juni 2022]

Accepted [25 Juni 2022]

#### KEYWORDS

Business, Sales, after the Covid-19 Pandemic

This is an open access article under the CC-BY-SA license



#### ABSTRAK

Data terakhir yang diperoleh pada awal Februari 2022, Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan mengatakan bahwa total UMKM yang dibimbing oleh Pemerintahan Kota Medan berkisar 27.000 unit dari total 70.000 unit yang terdata. Dari jumlah data yang diperoleh, maka perlunya pengembangan dan perluasan target pasar serta mendorong pertumbuhan ekonomi bagi pelaku UMKM di Kota Medan. Maksud dilakukan penelitian ini ialah untuk memperoleh informasi mengenai upaya untuk meningkatkan penjualan UMKM di Kota Medan (penjualan bucket di daerah MMTc) pasca pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini, peneliti memakai metode kualitatif dengan studi deskriptif. Ada pun sumber data utama diperoleh dari wawancara, lalu observasi ditandai adanya dokumentasi. Untuk sumber pendukung memakai penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk hasil yang didapat peneliti ialah perlunya respon cepat dari pelaku UMKM serta dukungan penuh dari pemerintah untuk meminimalisir penurunan atau kerugian yang ditimbulkan pada saat Pandemi Covid-19. Pelaku UMKM juga diharapkan mampu berinovasi serta mengerti dan memahami dunia digital sekarang untuk mendorong agar pelaku UMKM tetap tumbuh dan berkembang serta mampu bersaing dengan pesaing yang lainnya.

#### ABSTRACT

The latest data obtained in early February 2022, the Medan City Cooperatives and SMEs Service said that the total MSMEs supervised by the Medan City Government were around 27,000 units out of a total of 70,000 units recorded. From the amount of data obtained, it is necessary to develop and expand target markets and boost economic growth for MSME actors in Medan City. The purpose of this research is to obtain information about efforts to increase sales of MSMEs in the city of Medan (bucket sales in the MMTc area) after the Covid-19 pandemic. In this study, the researcher used a qualitative method with a descriptive study. The main data source is obtained from interviews, then observations are marked by documentation. For supporting sources use previous studies. The results obtained by researchers are the need for a quick response from MSME actors and full support from the government to minimize decline or loss caused during the Covid-19 Pandemic. MSME actors are

*also expected to be able to innovate and understand and understand the current digital world to encourage MSME actors to continue to grow and develop and be able to compete with other competitors.*

## PENDAHULUAN

Wabah Covid-19 muncul pertama kalinya di Indonesia, pada awal tahun 2020. Virus ini berasal dari Wuhan, China pada tahun 2019. Lalu menyebar ke Indonesia hingga ke Kota Medan. Virus Corona disease atau biasa disebut Covid-19 merupakan virus ini sangat berdampak dibagian pernafasan manusia hingga menyebabkan kematian. Bukan hanya Indonesia saja yang mengalami Pandemi Covid-19 bahkan seluruh belahan negara di dunia.

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 terkait UMKM, mengatakan bahwa usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau badan usaha yang sesuai aturan di UU. Usaha kecil merupakan usaha produktif yang independen atau berdiri sendiri yang dilakukan perorangan dan bukan badan atau anak perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut tabel klasifikasi UMKM berdasarkan jenis usaha. besar lagi.

**Tabel 1. Klasifikasi UMKM berdasarkan Jenis Usaha**

JENIS USAHA	POIN PENTING DEFINISI	JUMLAH	ASSET	OMZET TAHUNAN
		TENAGA KERJA		
Usaha Mikro	Berdiri sendiri atas nama perorangan atau badan hukum, bukan merupakan bagian dari usaha lainnya (kecil, besar, menengah) baik langsung maupun tidak langsung	Tidak Terdefinisi	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil		5-19 orang	50 - 500 juta	300 juta - 2,5 miliar
Usaha Menengah		20-99 orang	500 juta - 10 miliar	2,5 - 50 miliar

Banyak sekali dampak dari adanya Pandemi Covid-19, salah satunya, runtuhnya perekonomian UMKM. Tidak hanya perekonomian saja, bahkan meningkatnya angka pengangguran disebabkan pemecatan atau penghentian hubungan kerja (PHK) secara massal. Kota Medan merupakan kota terbesar ke 3 di Indonesia. Data yang diperoleh dari Dinas Ketenagakerjaan (Disnaker) Provinsi Sumatera Utara ada sebanyak 140 lebih perusahaan yang pekerjanya sekitar 56.000 orang yang telah di PHK maupun dirumahkan dari masing-masing Kabupaten dan kota se Sumut, termasuk Kota Medan.

Data terakhir yang diperoleh pada awal Februari 2022, Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan mengatakan bahwa total UMKM yang dibimbing oleh Pemerintahan Kota Medan berkisar 27.000 unit dari total 70.000 unit yang terdata. Dari jumlah data yang diperoleh, maka perlunya pengembangan dan perluasan target pasar serta mendongkrak pertumbuhan ekonomi bagi pelaku UMKM di Kota Medan..

Kota Medan sendiri sangat terkenal dengan UMKM, data terakhir didapat dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan pada awal Februari 2020 menyatakan ada sebanyak 27.000 unit dari total 70.000 yang terdata di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan. Dilihat dari jumlah UMKM Kota Medan, pastinya sangat merasakan dampak dari Pandemi Covid-19. Mulai dari kondisi yang terjadi seperti, berkurangnya atau turunnya laba secara drastis, sepinya konsumen, kesusahan memperoleh bahan baku, bahkan melakukan PHK kepada karyawannya.

Penurunan dari hasil laba yang cukup drastis, dikarenakan minimnya kegiatan jual beli yang dimana adanya pembatasan pergerakan masyarakat berdasarkan kebijakan dari pemerintah yaitu PSBB yang dilaksanakan diberbagai wilayah Indonesia, termasuk Kota Medan. Dengan tidak adanya kegiatan atau pun mobilitas masyarakat terutama di perkotaan, sehingga tidak adanya aktivitas jual beli produk UMKM Kota Medan yang menyebabkan omzet penjualan menurun sangat drastis.

Selain itu juga adanya pergeseran pada permintaan konsumen yang dimana produsen harus mempunyai strategi baru dalam distribusi produknya. Biasanya produsen memulai usahanya dengan offline atau berjualan langsung tetapi beralih memasarkan produknya secara online atau memakai media sosial dikarenakan adanya kebijakan Bekerja dari Rumah (*work from home*). Namun hal tersebut bukanlah perkara yang mudah diterapkan oleh pelaku UMKM, karena masih banyak pelaku UMKM yang minim pemahaman dan potensi mengenai dunia sosial media.

Hasil pengamatan yang diperoleh selama Pandemi Covid-19 menyatakan bahwa hasil produksi mengalami penurunan yang disebabkan kurangnya permintaan/pembelian dari konsumen. Tetapi tidak semua pelaku UMKM yang mengalami kondisi tersebut, beberapa responden ada yang mengatakan bahwa margin laba biasanya ada pada kisaran 10% - 20%. Hal tersebut disebabkan hasil penjualan secara online cukup meningkat, karena pelaku UMKM tersebut melakukan inovasi atau pembaharuan produk yang mereka jual.

Setelah Pandemi Covid-19 mulai menurun penularan virus Covid-19, maka pemerintah memberhentikan adanya PSBB dan mulai menghadapi era tatanan baru yang disebut *New Normal*. Kondisi pandemi Covid-19 atau biasa disebut *New Normal* merupakan suatu kebiasaan maupun kehidupan baru masyarakat yang akan dijalani dibidang ekonomi, sosial maupun publik lainnya secara terbatas dengan menerapkan kebijakan pemerintah yaitu memakai masker, menjaga jarak, dan menjauhi keramaian.

Untuk memasuki era tatanan baru, ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti penetapan bidang/sector yang aktivitasnya sudah mulai dibuka dengan bertahap, perhitungan dengan tepat kebijakan mana yang diambil berdasarkan data dan fakta di lapangan dan sosialisasi maupun edukasi terhadap masyarakat mengenai protokol kesehatan secara terpadu (Kedokteran & Al-azhar. n.d).

Abdurrahman Firdaus (2020) berpendapat, bahwa dengan adanya kondisi baru ini diharapkan masyarakat dapat benar-benar menerapkan secara kolektif untuk mendorong perekonomian sehingga dapat mengdongkrak kembali aktivitas pelaku UMKM. UMKM sangat terdampak dengan adanya Pandemi Covid-19 yang dimana memiliki dampak negatif bagi perekonomian di Indonesia.

Setelah Pandemi Covid-19 ini berakhir, pelaku UMKM diharapkan mampu menghadapi peluang maupun tantangan untuk kembali memulai usahanya yang sempat terperosok/terjatu karena Pandemi Covid-19. Pelaku UMKM juga harus mampu meningkatkan hasil penjualan yang sempat merosot ketika Pandemi Covid-19. Upaya UMKM dalam bertahan selama pandemi Covid 19 ini yaitu dengan menerapkan *e-commerce*. Pelayanan yang dihasilkan ketika pelaku UMKM menggunakan *e-commerce* ialah mampu memperluas *delivery*, mempermudah pencatatan laporan atau pembukuan keuangan serta mempermudah transaksi dalam pembayaran dengan uang elektronik sehingga mampu meningkatkan *digitalisasi* UMKM.

Untuk memaksimalkan penerapan dari *e-commerce* ini tidaklah mudah perlu adanya upaya saling bekerja sama. Edukasi atau pemberi pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai *e-commerce* sangatlah diperlukan guna mendidik serta mereka dapat benar-benar *e-commerce*. Sudah ada beberapa *marketplace* yang sudah mulai memberikan bimbingan kepada pelaku UMKM seperti Shopee dan Tokopedia, namun layanan terkonsolidasi dan platform digital ini masih belum dimengerti pelaku UMKM maka dari itu metode atau cara penyampain maupun bimbingan perlu adanya perbaikan.



## LANDASAN TEORI

### Pandemi Covid-19

Awal April 2019, terdata sebanyak 180 perusahaan melakukan PHK 11.000. Aturan yang baru dikeluarkan dari Kepmendagri No. 440-830-2020 mengatakan untuk mengembalikan kehidupan sebelum Pandemi covid-19, masyarakat harus mampu hidup berdampingan dengan bahaya akan virus corona.

Penyelesaian Pandemi covid-19 bukan pada bidang kesehatan saja, tetapi perlu juga pembenahan bagi UMKM/IKM guna mendorong memenuhi kebutuhan masyarakat serta pemulihan ekonomi-ekonomi yang sempat terpuruk. Ada pun program-program yang akan dilaksanakan, sebagai berikut:

- a) Mengembangkan Jaringan Pengaman Sosial (JPS) Gemilang UKM guna menolong 105.000 keluarga yang kurang mampu baik dibidang formal maupun informal yang terkena virus corona.
- b) Diskominfotikntb (2020) memberdayakan BUMDES dengan program-program yang telah mereka canangkan. Program-program yang telah mengalami stimulus seperti usaha tanpa modal. Modal salah satu kebutuhan primer dalam membangun usaha, tanpa adanya modal maka usaha akan susah untuk berkembang maupun berjalan.

Ada 2 faktor pendukung dalam penerapan keadaan *new normal*, yaitu:

1. Bijak dalam mengikuti transformasi *digital* sehingga mampu mengaplikasikan kemampuan masyarakat agar lebih bijak memanfaatkan teknologi digital. Setelah Pandemi covid-19 usai, dituntut agar semakin memahami perubahan-perubahan *digital* teknologi agar dapat memudahkan konsumen dalam bertransaksi.
2. Mampu menyesuaikan keadaan dengan cara memanfaatkan peluang setelah Pandemi covid-19. Para pelaku bisnis/usaha harus mampu melakukan pembaharuan guna menghadapi keinginan masyarakat yang tidak pasti.

### UMKM

Sebelum adanya Pandemi Covid-19, Sedyastuti (2018) mengatakan bahwa lemahnya dukungan dari pemerintah selain itu banyak mengalami hambatan dalam surat perizinan serta pungutan biaya-biaya yang cukup besar. Dari hambatan tersebut akan menyebabkan lambatnya pengembangan potensi pelaku UMKM. Maka dari itu perlunya fondasi untuk menguatkan pelaku UMKM agar tetap bertahan menghadapi kondisi-kondisi yang kemungkinan terjadi.

Sugiri (2020) ia berpendapat bahwa perlu adanya strategi maupun rancangan jangka pendek dan panjang yang dilakukan secara efektif agar pas sasaran guna untuk menolong pelaku UMKM menghadapi Pandemi Covid-19 selain itu juga dapat memberikan kontribusi atau dampak besar bagi pelaku UMKM yang dimana sangat akan berdampak juga bagi perekonomian di Indonesia.

Masalah selanjutnya yang juga seringkali mengancam keberlangsungan UMKM adalah akses informasi yang sangat minim, khususnya informasi pasar. Hal tersebut membuat UMKM kesulitan dalam meningkatkan potensi pemasaran produk-produknya, sehingga kemampuan untuk meningkatkan jangkauan jumlah konsumen menjadi terhambat dan tidak bisa bersaing dengan pasar global. Selain permasalahan klasik di atas, UMKM harus mulai menempatkan dirinya pada era teknologi karena saat ini penggunaan teknologi informasi menjadi hal yang wajib dalam hampir seluruh aktivitas usaha. UMKM juga harus memanfaatkan teknologi informasi ini agar dapat terus bersaing dengan kompetitor yang sudah banyak melakukan inovasi pemanfaatan teknologi informasi dalam memenangkan persaingan usaha.

Ada beberapa strategi yang harus digunakan UMKM dalam menghadapi *new normal*:

- 1) UMKM perlu memiliki manajemen stock produk yang terintegrasi dengan pembelian dan penjualan, sehingga mampu memantau persediaan barang dengan cepat dan tepat.
- 2) UMKM perlu mengintegrasikan pengiriman barang dagangannya, baik itu dalam kota, antar kota, sampai antar negara.
- 3) UMKM dapat terintegrasi dengan sistem komunikasi yang cepat kepada pelanggan, sekalipun tidak dapat bertatap muka langsung dengan pelanggan. UMKM dapat menggunakan Whatsapp, Line, dan sebagainya.
- 4) UMKM perlu mengintegrasikan sistem pembayaran mereka dengan sistem transfer bank.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan penjelasan mengenai keadaan, kondisi maupun peristiwa. Pendekatan deskriptif termasuk kedalam metode kualitatif yang merupakan gambaran dari suatu kata-kata bisa juga suatu kalimat yang telah dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Maksud dari adanya penelitian kualitatif ini agar mampu menjabarkan peristiwa maupun fenomena secara terperinci menggunakan pengumpulan data yang berkualitas bukan kuantitas.

Subjek dalam penelitian ini ialah UMKM Buket di MMTTC dan UMKM Buket Wisuda di Pajus Medan dan objek penelitiannya ialah Buket Bunga. Ada pun data yang dipakai peneliti ialah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber informan yang mempunyai banyak informasi melalui wawancara dengan UMKM Buket di MMTTC dan UMKM Buket Bunga di Pajus Medan. Data sekunder ialah sebagai data pendukung seperti, jurnal penelitian-penelitian terdahulu, artikel atau web terpercaya.

### Waktu dan Tempat

Lokasi dan waktu penelitian dilakukan di dua tempat yang berbeda, yaitu:

1. Lokasi penelitian pertama di Kompleks MMTTC Jl. Willem Iskandar. Percut Sei Tuan, Kota Medan, Sumatera Utara 20222. Waktu pelaksanaan, tanggal 9 Juni 2022 sekitar pukul 10.00 – 11.30 WIB. Informan yang kami jumpai seorang Ibu yang sudah berkeluarga dan memiliki 2 orang anak, yang dimana nama Ibu ini ialah Ayu Pratiwi berumur 45 tahun. Ada pun yang dijual oleh Ibu Ayu, hanya buket bunga, buket jajanan, dan buket boneka. Pemasaran yang dilakukan Ibu Ayu Pratiwi, hanya berfokus kepada mahasiswa yang berada disekitaran lokasi usaha yaitu mahasiswa Universitas Negeri Medan (UNIMED), Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), Universitas Amir Hamzah, dan Universitas Medan Area (UMA).
2. Lokasi penelitian kedua di Pajus (Pajak USU) Jl. Jamin Ginting KM 4,5 Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20157. Waktu pelaksanaan, tanggal, 9 Juni 2022 sekitar pukul 14.00 – 15.30 WIB. Informan yang kami jumpai seorang Mahasiswa yang baru saja tamat menempuh pendidikan D3 di Universitas Sumatera Utara yang bernama Nurmala Br Sitepu berumur 22 tahun. Ada pun produk yang dipasarkan ialah buket bunga, buket uang dan selempang wisuda. Pemasaran yang dilakukan Kak Nurmala, hanya berfokus kepada mahasiswa yang berada disekitaran lokasi usaha yaitu mahasiswa Universitas Sumatera Utara (USU), Politeknik Negeri Medan (POLMED), dan Universitas Amik MBP.

### Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2019) mengatakan bahwa metode pengumpulan data sangat penting dilakukan karena untuk memperoleh data dan fakta yang lebih akurat dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mendapatkan data-data fakta-fakta maupun informasi yang akurat dibutuhkan teknik, alat serta prosedur atau proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

## Teknik Pengumpulan Data

### 1. Wawancara

Menurut Uma Sekaran (2017), ia berpendapat bahwa wawancara merupakan suatu kegiatan mewawancarai seorang responden guna mendapatkan informasi terkait dengan permasalahan yang dijumpai peneliti. Wawancara dapat membantu peneliti dalam menangani masalah yang akan diselesaikan oleh peneliti, seperti menjabarkan fenomena, mengidentifikasi atau menganalisis masalah secara spesifik serta memperoleh jawaban atas pertanyaan yang diajukan peneliti.

### 2. Observasi

Menurut Uma Sekaran (2017), ia berpendapat bahwa observasi merupakan suatu kegiatan di lapangan untuk melihat serta memantau tindakan maupun perilaku seorang responden kemudian menjabarkan lalu menginterpretasikan apa yang peneliti peroleh dari yang dilihat. Dalam observasi ini peneliti memakai dua metode yaitu metode observasi partisipan dan metode observasi non partisipan. Metode observasi partisipan ialah peneliti memperoleh data dengan cara ikut berpartisipasi di lapangan serta mempelajari atau menganalisis kegiatan sehari-hari yang ingin diteliti. Sedangkan metode observasi non partisipan ialah peneliti memperoleh data tanpa melibatkan diri atau tidak turun ke lapangan langsung tetapi mengamati serta menganalisis dari jurnal-jurnal penelitian sebelumnya serta web/artikel terpercaya yang berkaitan erat terkait masalah yang ingin diteliti.

### 3. Dokumen

Dokumen merupakan bentuk dari tulisan, gambar maupun catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dalam penelitian kualitatif, dokumen menjadi pelengkap dari metode yang telah dilakukan yaitu observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono (2019) hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih akurat dan kredibel bila didukung dengan adanya dokumen. Dokumen ini dapat berupa foto-foto, video maupun karya tulis akademik yang telah ada.

Link hasil dokumentasi:

[https://drive.google.com/folderview?id=1Nj\\_zc4szzrE6TTh4gymwJzP4H49p6hmX6](https://drive.google.com/folderview?id=1Nj_zc4szzrE6TTh4gymwJzP4H49p6hmX6)

## Teknik Analisis Data

Sugiyono (2019) mengatakan analisis data ialah metode dalam mencari serta menyusun secara teratur, hasil data diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi akan diolah dengan cara menyusun data ke dalam golongan, kemudian menguraikan lalu memilih mana yang akan dianalisis sehingga memperoleh kepastian data yang diperoleh sehingga akan mudah dipahami oleh kebanyakan orang.

Proses analisis data, sebagai berikut:

#### 1) Reduksi data

Reduksi data ialah proses merangkum, memilah-milah hal-hal yang penting, lalu menganalisis kemudian membuang yang tidak perlu sehingga memperoleh hasil pengamatan yang lebih detail. Hal tersebut akan memudahkan peneliti memperoleh hasil data selanjutnya. .

#### 2) Penyajian data

Adanya penyajian data sebagai gambaran dari narasi, bagan, dan uraian yang singkat guna memudahkan peneliti memahami kondisi yang terjadi serta membuat perencanaan selanjutnya dengan data yang telah dipahami.

### 3) Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan ialah tahapan dari penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2019), ia berpendapat bahwa hasil yang diperoleh berupa bentuk dari kondisi yang sebelumnya masih data dugaan sementara lalu diteliti dan dianalisa yang menghasilkan data yang lebih akurat. Penarikan kesimpulan bisa dikatakan juga dapat memberi jawaban dan tidak memberi jawaban, disebabkan masalah masih bersifat sementara dan akan berkembang lagi dilapangan.

## HASIL PEMBAHASAN

Sejak Maret 2020 Indonesia sudah terpapar virus corona. Penyebaran Virus Covid ini yang terjadi berpotensi berdampak secara langsung terhadap perekonomian termasuk juga UMKM. UMKM adalah bagian penting dari perekonomian suatu bangsa. Sebab peran pentingnya yaitu pemerintah terus berupaya melakukan penyebaran UMKM. Maka dari itu pula perlu dukungan dari berbagai lapisan pihak untuk memperkuat UMKM melalui peningkatan SDM (Sarfiyah, dkk, 2019: 143).

Dalam penelitian (Lestari dan <sup>8</sup>2019) membuktikan bahwa, peningkatan kualitas produk serta layanan merupakan hal yang <sup>10</sup>berpengaruh positif serta signifikan dalam meningkatkan kembali penjualan pada UMKM. Selain itu, strategi manajemen risiko dan efisiensi operasional sesuai dengan skala prioritas pula dan perlu di tingkatkan oleh pelaku industri buat memastikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang (Baskara, 2022: 243).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara wawancara yaitu terdapat banyak <sup>27</sup>UMKM mengalami kesulitan dalam mengendalikan bisnisnya, bahkan <sup>4</sup>banyak yang tidak selamat di tengah pandemi Covid-19 ini. Salah satu dampak yang ditimbulkan dari Covid-19 terhadap UMKM yaitu menurunnya omset penjualan sehingga menyebabkan penurunan pendapatan oleh UMKM. Disebabkan adanya banyaknya kegiatan dirumah atau kurangnya aktivitas masyarakat diluar rumah serta pemerintah menetapkan PSBB dan *Work From Home* (WFH) serta menurunnya rasa percaya konsumen dalam menggunakan barang serta jasa yang diperjual belikan oleh UMKM. Selain itu, pembelian secara langsung oleh konsumen juga menjadi terbatas sehingga menyebabkan menurunnya omset penjualan UMKM secara drastis, mengalami kendala pemasaran dan penjualan, serta penyaluran produk.

Salah satunya ialah Ibu Ayu seorang UMKM Buket di MMTc. Ibu Ayu mengatakan

*"bahwa pada tahun ke-3 masa pandemi omset yang didapatnya sangatlah menurun secara drastis dari sebelum terjadinya pademi Covid-19, hingga mengalami tutup total toko Buketnya serta memberhentikan sebagian karyawannya sebab tidak mampu lagi untuk menggaji karyawannya. Kesulitan dalam permodalan karena tingkat penjualan yang menurun secara drastis hingga perputaran modal yang sangat sulit. Selain itu penularan Covid-19 yang semakin meluas, mengakibatkan perlambatan pertumbuhan ekonomi secara global yang mulai dirasakan Ibu Ayu dan seluruh masyarakat Indonesia yang lainnya."*

Kemudian di era pasca pandemi Covid-19 ini, kondisi dagangan Ibu Ayu perlahan dan pasti kembali bangkit serta mulai aktif mencari inovasi baru guna meningkatkan serta mengupayakan untuk bertahan. UMKM Ibu Ayu sudah kembali mempekerjakan kembali para karyawannya. <sup>35</sup>ngkit kembalinya motivasi Ibu Ayu sebagai penanda bahwa pondasi ekonomi mulai terjaga. Saat ini merupakan saat yang tepat untuk memulai perencanaan ulang guna mengantisipasi berbagai kemungkinan yang bakal terjadi di pasca pandemic. Maka dari itu, para UMKM juga wajib menaikkan



kualitas produk sehingga dapat kembali meningkatkan kepercayaan konsumen dan komunikasi serta layanan yang intensif atas suatu produk.

Sedangkan hasil wawancara kepada UMKM kedua yaitu Kak Nurmalia salah satu UMKM Buket Bunga di Daerah Pajus Medan mengatakan bahwa tidak semua UMKM merasakan penurunan omset selama adanya pandemi Covid-19 yang disebabkan berkurangnya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat di luar rumah. Kak Nurmalia mengatakan, bahwa

*"hasil penjualan buket saya tidak mengalami penurunan dan alhamdulillah masih berada didalam kondisi pendapatan yang stabil, itu semua saya lakukan karena saya mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi saat ini dan mampu melakukan inovasi-inovasi baru yang dapat mempertahankan jualan Buket Bunga saya. Saya juga menerapkan sistem e-commerce didalam usaha buket saya, seperti saya mempromosikan usaha buket saya melalui aplikasi digital semacam Shopee, Tokopedia, Instagram, Facebook, Whastapp, dan lainnya."*

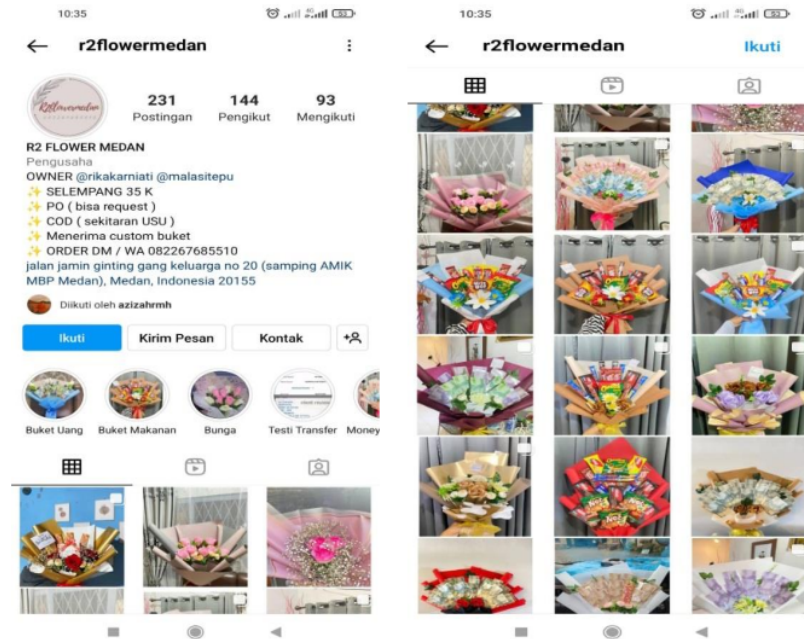
Dengan memanfaatkan e-commerce didalamnya Kak Nurma tidak lupa untuk melihat dan mempertahankan kualitas produk buket bunganya guna untuk menjaga kepuasan konsumennya. Dalam menentukan kualitas produk ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM Buket yaitu:

1. Tampilan produk yang cukup menarik.
2. Ciri khas dari produk yang kuat.
3. Produk mampu bersaing diberbagai kondisi tertentu.
4. Harga yang ekonomis dan sesuai dengan kualitas.
5. Mudah merevisi/perbaiki dalam produk, jika terjadi komplain.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti peroleh, bahwa selain dari peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pelaku UMKM, pelaku UMKM juga melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan hasil penjualan atau hasil dari laba dengan beberapa cara, sebagai berikut:

1. Memasarkan produk di *marketplace*  
Pelaku UMKM melakukan pemasaran dibeberapa *marketplace* seperti *Instagram*, *Facebook*, *Tokopedia*, dan *Shopee*. Dalam hal ini pelaku UMKM harus menampilkan produk mereka dengan sangat jelas yaitu dengan memasang foto produk yang cukup menarik konsumen, deskripsi produk yang detail, adanya ciri khas dari produk serta bervariasi bentuk-bentuk produk yang akan dijual dan harga produk sesuai dengan target pasar.

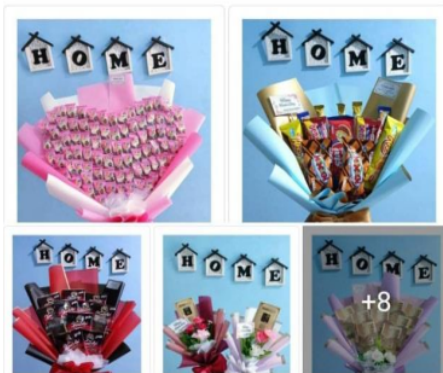
## Instagram



## Facebook

baru.  
16 Jun · 🌍

🌸  
Buket  
HADIAH WISUDA // BUKET LAMARAN // KADO  
ANNIVERSARY // KADO ULANGTAHUN  
Bisa pilih warna buket sesuai kesukaan kamu looh,,  
Yuuukk order di  
@Craft\_yun... Lihat selengkapnya



16

7 Komentar · 3 Kali Dibagikan

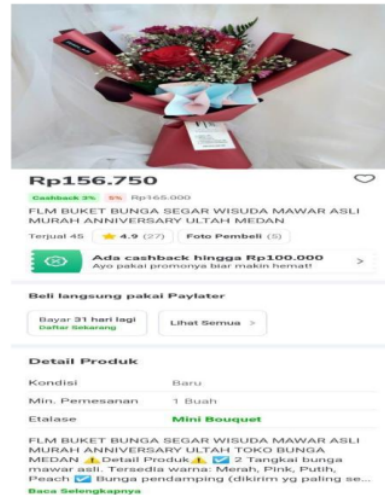
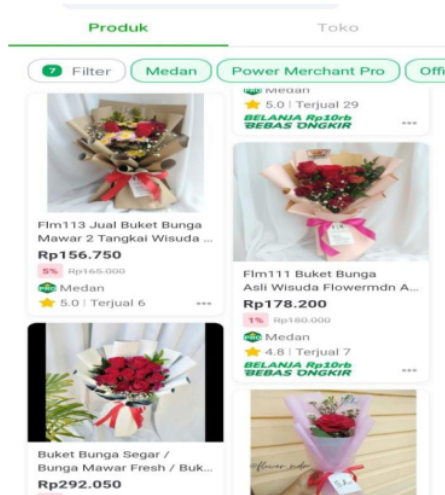
dan 7 lainnya.  
1 hari · 🌍

Ready stok dikedai ya say,,  
Alamat depan pasar baru peranap

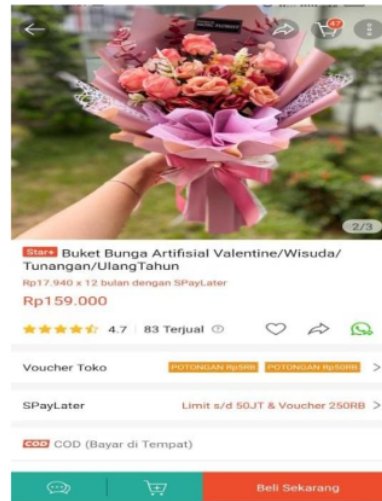
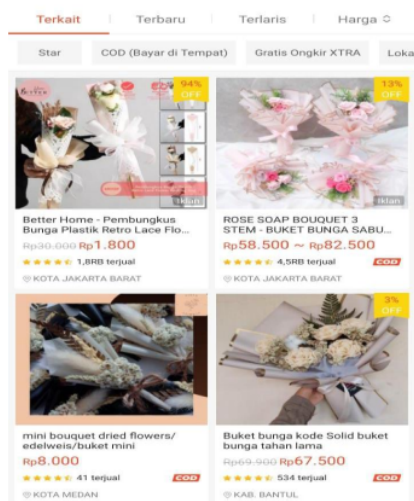


9

## Tokopedia



## Shopee



### 2. Melakukan pesan antar secara online atau *delivery*

Pesan antara secara online yang biasa disebut juga "*delivery*" yang dimana konsumen membeli secara online dan hotline yang akan memudahkan akses oleh konsumen. Walaupun ada usaha yang tidak dapat membuka usaha secara eksklusif, para pelaku UMKM dapat memakai jasa lain dalam pengiriman produknya secara langsung dengan menggunakan aplikasi pesan antar secara online, misalnya melalui gojek, grab, maxime dan lain sebagainya.



Dalam melakukan pelayan pesan antar, para pelaku usaha juga diharuskan memperketat standart pelayanan dalam hal kebersihan serta keutuhan produknya. Dengan menggunakan pelayanan pesan antar secara daring dapat menjadi efektif penjualan tersebut.

## 25 KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulannya bahwa penurunan hasil pendapatan yang drastis disebabkan kurangnya kegiatan jual beli yang diakibatkan PSBB yang dilakukan di berbagai wilayah di Indonesia termasuk kota Medan. Setelah pandemi Covid-19 mulai menurun, maka pemerintah pun mengambil keputusan dengan menghadapi *new normal*. Dengan *new normal* masyarakat bisa menjalankan kegiatan seperti sebelumnya dengan syarat tetap mematuhi protokol kesehatan. Dengan kondisi seperti ini, masyarakat bisa mendorong perekonomian dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian masyarakat di berbagai bidang tertentu.

6 Adanya pergeseran pada permintaan pelanggan, pergeseran ini menjadi strategi yang penting untuk membangun usaha online. Hal ini tak mudah bagi UMKM karena mereka harus memiliki kemampuan untuk menaikkan penghasilan yang besar di masa *new normal* saat ini. Dalam memasuki *new normal* seperti ini para UMKM harus benar-bener memperhatikan penetapan di berbagai bidang untuk tetap berdiri tegak.

Ada pun saran dari penulis, pemerintah dapat memberikan ruang bagi UMKM agar dapat berdiskusi sesama pelaku mengenai penggunaan teknologi digital dengan cara mengadakan webinar, seminar maupun edukasi secara bertahap atau rutin. Bagi pelaku UMKM hasil dari temuan ini menjadi evaluasi dalam menjalankan usaha serta mampu beradaptasi dengan dunia teknologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmayanti, T., & Baiq, L. 2021. Strategi Pengembangan *Home Industry* Era New Normal Pandemi Covid 19 dalam Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Kelompok Usaha Bersama (KUBE) "Arjanjang" Desa Selebung Ketangga, Kabupaten Lombok Timur). *Jurnal JPEK: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 76 – 89. 10.29408/jpek.v5i1.3349
- Badan Pusat Statistik Kota Medan, 2021. *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2018-2020*, URL: <https://medankota.bps.go.id/indicator/12/31/1/jumlah-penduduk-kota-medan-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>, di akses 11 Juni 2022.
- Barokah, S., Anisa, N., & Zahrah, A. 2020. Strategi Adaptif Kedai Kopi "Coffee Break" Purwokerto Dalam Upaya Menyosong New Normal. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(12), 150 – 160. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/230>
- Baskara, Ika. 2022. Strategi Bisnis Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era New Normal. *Jurnal Abdimas*, 8(4), 241 – 250. [https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-24557-11\\_2540.pdf](https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-24557-11_2540.pdf)
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Disnaker, 2020. *Kondisi Ketenagakerjaan Provinsi Sumatera Utara Selama Pandemi Covid-19*, URL: <https://disnaker.sumutprov.go.id/artikel/kondisi-ketenagakerjaan-provinsi-sumatera-utara-selama-pandemi-covid-19>, diakses pada 11 Juni 2022.
- Firmansyah, I., Wildan, D., Andri, H., & Dede, A. 2021. Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era *New Normal* Melalui Pendekatan *Analytic Network Process (ANP)*. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 10(2), 174 – 186. <https://doi.org/10.52813/jei.v10i2.68>



- Joko Saputra, 2020. *56 Ribu Pekerja di Sumut di PHK Dan Dirumahkan Dampak Covid -19*, URL: <https://rri.co.id/medan/ekonomi/828565/56-ribu-pekerja-di-sumut-di-phk-dan-dirumahkan-dampak-covid-19>, diakses pada 11 Juni 2022.
- Pakpahan, A. K. 2020. COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Rulandari, N., Nur, F., R., & Dewi, N. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2), 21 – 28. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/PS/article/view/951>
- Sarfia, S., N., Hanung, E., & Dian, M. 2019. UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP: Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 137 – 146. <http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Suryadi, Lis. 2020. Upaya Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Dengan Otomatisasi Proses Bisnis Penjualan Berbasis *E-Commerce*. *Serasi: Jurnal Sekretari & Administrasi*, 18(2), 35 – 45. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi/article/view/1261>
- Sekaran, Uma. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi ke 6, Jakarta: Salemba Empat.
- Shaferi, I., & Muliastari, P. 2020. Pergeseran Fokus Usaha Sebagai Strategi Baru UMKM Dalam Menghadapi *New Normal*. *Jurnal Probisnis*, 13(2), 1 – 10. <http://dx.doi.org/10.35671/probisnis.v13i2.1023>
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147 – 153. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>

# Efforts to Increase Sales Results After the Covid-19 Pandemic (Case Study of Buket Umkm in Medan City)

## ORIGINALITY REPORT

**20%**  
SIMILARITY INDEX

**19%**  
INTERNET SOURCES

**6%**  
PUBLICATIONS

**2%**  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>jurnal.isei.or.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>tokokemasankita.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>sumut.voi.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>www.penerbitadm.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>pascasarjanafe.untan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>e-journal.hamzanwadi.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Wan laura Hardilawati. "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19", Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, 2020</b> Publication	<b>1%</b>

9	<a href="http://ejournal.unib.ac.id">ejournal.unib.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://swa.co.id">swa.co.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://it.scribd.com">it.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
13	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
14	<a href="http://journal.univetbantara.ac.id">journal.univetbantara.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
16	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://jurnal.ibik.ac.id">jurnal.ibik.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://ojs.stiami.ac.id">ojs.stiami.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://repository.uhn.ac.id">repository.uhn.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://ejournal.ihdn.ac.id">ejournal.ihdn.ac.id</a> Internet Source	<1 %

21	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://jurnaleksperimental.com">jurnaleksperimental.com</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://mnews.co.id">mnews.co.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://marketing.co.id">marketing.co.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://adoc.tips">adoc.tips</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://blog.iain-tulungagung.ac.id">blog.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://pindah.jatengprov.go.id">pindah.jatengprov.go.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://statik.unesa.ac.id">statik.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://www.koranriau.co">www.koranriau.co</a> Internet Source	<1 %



33	<a href="http://www.untag-sby.ac.id">www.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
34	Rosa Nindia Sari. "DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM BATIK DI KABUPATEN SUMENEP", RISTANSI: Riset Akuntansi, 2021 Publication	<1 %
35	<a href="http://budidayajahemerah.wordpress.com">budidayajahemerah.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="http://ketozia.wordpress.com">ketozia.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="http://repository.dinamika.ac.id">repository.dinamika.ac.id</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="http://repository.stie-aub.ac.id">repository.stie-aub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
40	<a href="http://sd.unej.ac.id">sd.unej.ac.id</a> Internet Source	<1 %
41	<a href="http://stp-mataram.e-journal.id">stp-mataram.e-journal.id</a> Internet Source	<1 %
42	<a href="http://www.indonesiana.id">www.indonesiana.id</a> Internet Source	<1 %
43	Aisyah Rahmawati. "Online Transportation Growth Opportunities with MSME	<1 %

# Empowerment During the Covid 19 Pandemic", Walter de Gruyter GmbH, 2022

Publication

44

[id.scribd.com](https://www.id.scribd.com)

Internet Source

<1 %

45

[repository.ub.ac.id](https://repository.ub.ac.id)

Internet Source

<1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 5 words

Exclude bibliography  On