

INOVASI DAN KREATIVITAS UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PONTIANAK

Putri CHAIRUNISA

Universitas Tanjungpura, Indonesia

Abstract.

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in regional economic development. MSMEs are business activities that are able to expand and provide opportunities for the community for equitable distribution and increase in income, encourage economic growth, which play a role in realizing regional and national stability by empowering technology in business development so that they are able to grow during an economic crisis. The purpose of this study was to determine and analyze the existence of technology in the form of innovation and creativity of MSME actors before, during, and after the Covid-19 pandemic, with descriptive quantitative methods. Respondents in this study amounted to 100 entrepreneurs of culinary types in Pontianak City. The conclusion is that the innovations made by MSMEs actors include use online sales services, creating unique new products, changing product packaging, innovation in marketing strategy, and providing facilities for consumers. The creativity carried out includes adding herbal ingredients to the products being sold, making new creations on product packaging, complying with product types, updating menus, and product bundles.

Keywords: Micro small and Medium Enterprises; innovation; creativity; product; technology.

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi daerah. UMKM adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk pemerataan dan peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, yang berperan dalam mewujudkan stabilitas daerah dan nasional dengan memberdayakan teknologi dalam pengembangan usaha agar mampu berkembang. selama krisis ekonomi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis keberadaan teknologi berupa inovasi dan kreativitas pelaku UMKM sebelum, selama, dan setelah pandemi Covid-19, dengan metode kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 pengusaha jenis kuliner di Kota Pontianak. Kesimpulannya inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM antara lain menggunakan layanan penjualan online, menciptakan produk baru yang unik, mengubah kemasan produk, inovasi strategi pemasaran, dan memberikan kemudahan bagi konsumen. Kreativitas yang dilakukan meliputi penambahan bahan herbal pada produk yang dijual, membuat kreasi baru pada kemasan produk, penyesuaian jenis produk, update menu, dan product bundle.

Kata Kunci : Usaha Mikro Kecil dan Menengah; inovasi; kreativitas; produk; teknologi.

1. INTRODUCTION

Pertumbuhan ekonomi merupakan keadaan di mana suatu negara mampu meningkatkan hasil produksinya berdasarkan kemajuan teknologi yang diiringi juga dengan penyesuaian ideologi yang dibutuhkannya (Kuznets dalam Jhingan, 2013). Kejutan perekonomian yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997/1998, menjadi catatan sejarah bagi pengambil kebijakan untuk memberikan perhatian pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena terbukti sanggup berkontribusi pada pemulihan ekonomi pada masa itu. UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian daerah dan nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia,

2021). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia hingga Mei 2021 mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61.07% atau senilai 8.6 triliun Rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Kota Pontianak, jumlah penduduk yang cukup banyak merupakan peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bahkan menciptakan berbagai peluang usaha baru. Tingkat kepadatan penduduk yang semakin tinggi, mobilitas, serta perubahan gaya hidup memberi kesempatan kepada setiap orang yang mampu memanfaatkan kondisi ini sebagai potensi usaha baru melalui usaha berskala kecil dan menengah (Berisha & Pula, 2015). Keberadaan UMKM di Kota Pontianak terus berkembang, sampai pada terjadinya pandemi Covid-19 yang menyebabkan banyaknya UMKM yang terhenti kegiatannya. Triwulan II tahun 2021, sebagai periode pasca pandemi, mendorong pelaku UMKM berbenah diri untuk kembali mengambil tempat dalam perekonomian di Kota Pontianak. Tabel 1 menunjukkan bahwa Kota Pontianak memiliki UMKM terbesar di Kalimantan Barat, diikuti oleh Kabupaten Landak, Kabupaten Sintang, dan Kabupaten Mempawah. Pada saat pandemi, beberapa UMKM terpaksa menghentikan produksinya, namun beberapa UMKM kuliner dapat bertahan. Hal ini disebabkan oleh pembatasan mobilitas yang menyebabkan masyarakat kesulitan untuk berbelanja bahan-bahan dapur sehingga menggandakan konsumsi makanan siap santap di berbagai UMKM yang menyediakan jasa pesanan melalui online. UMKM sebagai usaha berbasis kerakyatan, telah membuktikan diri sebagai usaha yang tahan terhadap berbagai guncangan ekonomi bahkan mampu tumbuh saat terjadinya krisis ekonomi (Sarfiah, Atmaja, & Verawati, 2019). Banyaknya usaha masyarakat sektor menengah, kecil maupun besar yang terdampak pandemi COVID-19 menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota di Kalimantan Barat, termasuk Kota Pontianak sebagai pusat perekonomian.

Kuznet dalam Jhingan (2013) telah menyatakan bahwa teknologi dapat meningkatkan produksi sehingga mampu mendorong perekonomian. Hal ini sejalan dengan pendapat Todaro dalam Oktari (2017) yang menyatakan bahwa salah satu komponen penting dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi adalah kemajuan teknologi. Teknologi dapat berupa inovasi dan kreativitas yang ditujukan untuk meningkatkan kapasitas produk, baik secara kuantitas maupun kualitas. Masukan ini sangat dibutuhkan oleh UMKM untuk menciptakan pembeda dari pesaing terutama UMKM bidang kuliner. Tabel 2 menunjukkan bahwa UMKM kuliner yang ada di Kota Pontianak berjumlah 822 UMKM yang tersebar di enam kecamatan. UMKM kuliner terbanyak terdapat di Kecamatan Pontianak Timur, Pontianak Utara, dan Pontianak Kota. Tiga kecamatan ini merupakan kecamatan dengan kepadatan penduduk tinggi, sehingga pelaku UMKM memiliki peluang besar dalam menjalankan usahanya di tiga kecamatan tersebut. Keberadaan UMKM di Kota Pontianak sangat membantu pemerintah setempat dalam perekonomian masyarakat, terutama dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi makanan, mengingat secara nasional konsumsi rumah tangga masih menjadi kontributor terbesar dalam meningkatkan pendapatan nasional.

Z

Peneliti melakukan survei awal ke beberapa calon responden untuk mengetahui fenomena UMKM kuliner dalam merespon pandemi Covid-19 dan masa setelah berbagai pembatasan dihentikan. Wabah pandemi menyebabkan sebagian besar UMKM mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Banyak UMKM yang tidak bisa melunasi pinjaman serta membayar tagihan listrik, gas, dan gaji karyawan. Bahkan beberapa diantaranya harus melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) kepada karyawannya. Perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat di masa pandemi COVID-19 dari *offline* menjadi *online* turut mempengaruhi eksistensi UMKM di masa pandemi COVID-19. Kendala lain yang dialami UMKM merupakan sulitnya memperoleh bahan baku, permodalan, pelanggan menurun, distribusi dan produksi terhambat.

Penurunan jumlah penjualan juga dialami oleh pelaku UMKM. Penurunan penjualan disebabkan oleh pendapatan masyarakat yang menurun selama pandemi, sehingga masyarakat lebih berhati-hati dalam mengelola pengeluaran, yang berakibat turunnya jumlah pembelian produk makanan dan minuman yang dijual oleh UMKM. Pelaku UMKM berusaha meningkatkan kembali minat masyarakat terhadap produk yang dijualnya dengan cara memasarkan produk secara *online* di media sosial. Survei awal menemukan rata-rata pendapatan pelaku usaha UMKM sebelum pandemi adalah Rp. 11.750.000. Sementara rata-rata pendapatan selama pandemi adalah Rp 10.250.000. Selama pandemi pandemi, rata-rata pelaku UMKM mengalami penurunan jumlah pendapatan sebesar Rp. 1.500.000 atau sebesar 12,77% dari pendapatan mereka sebelum adanya pandemi.

Penelitian di beberapa kota menunjukkan bahwa untuk mengatasi dampak yang terjadi karena pandemi, pelaku UMKM harus meningkatkan inovasi dan kreativitas agar usaha yang dilakukan dapat terus berlanjut. Kreativitas adalah suatu proses yang menurut keseimbangan dan aplikasi dari ketiga aspek esensial yaitu kecerdasan analisis, kreatif dan praktis (Makmur, 2015). Beberapa aspek yang ketika digunakan secara kombinatorial dan seimbang akan melahirkan kecerdasan kesuksesan. Kreativitas berkaitan dengan pribadi kreatif yang melibatkan diri dalam proses kreatif dan dukungan juga dorongan dari lingkungan penghasil produk kreatif. Inovasi dapat diartikan suatu ide, barang, kejadian, metode yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (masyarakat), baik itu berupa hasil invensi maupun diskoveri (Kusnandi, 2017). Inovasi adalah suatu alat, hal, atau gagasan yang baru dimana hal tersebut belum pernah ada

sebelumnya, dimana dengan terciptanya hal baru tersebut diharapkan dapat menjadi sesuatu yang menarik dan berguna (Widianti, 2016). Sesuatu yang inovatif bukan hanya melahirkan sesuatu yang baru namun haruslah bermanfaat bagi sang inovator atau orang lain juga.

Dari survey awal, teori Kuznets, dan hasil penelitian secara umum, maka peneliti ingin melihat inovasi dan kreativitas apa yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM di Kota Pontianak. Penulis ingin mengeksplorasi inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi *COVID-19* dan kreativitas pelaku usaha UMKM dalam melakukan inovasi untuk menyesuaikan usahanya dalam masa pandemi *COVID-19*.

2. MATERIALS AND METHODS

Tinjauan Literatur

Teori Kuznet (Jhingan, 2013) tentang pentingnya teknologi untuk meningkatkan hasil produksi didukung oleh pendapat Todaro (Oktari, 2017) yang melibatkan kemajuan teknologi sebagai komponen utama dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan kokoh bersama-sama dengan akumulasi modal dan pertumbuhan penduduk. Dalam akumulasi modal, semakin besar modal yang dimiliki oleh sebuah usaha, inovasi dan kreativitas yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha akan menjadi lebih baik. Pertumbuhan penduduk juga mempengaruhi daya jual dari usaha-usaha yang berjalan. Semakin ramai penduduk semakin besar pula peluang suatu usaha untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Adanya kemajuan teknologi menunjang sebuah usaha dalam menjalankan usahanya, terutama di era saat ini. Dengan adanya kemajuan teknologi maka proses produksi, promosi, dan lain-lain menjadi lebih mudah dilakukan.

Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Inovasi, dan Kreativitas

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri. Dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). Di Indonesia, kriteria UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Inovasi merupakan alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda (Drucker, 2012). Tujuan inovasi secara umum adalah menciptakan suatu kondisi agar bidang usahanya dapat berkembang dengan baik. Menurut Makmur dan Thahier (2015), tujuan inovasi berdasarkan 4 sisi pandang yakni: anggaran, pelanggan, pengolahan bisnis internal, dan pertumbuhan atau perluasan bidang usaha.

Kreativitas adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam menghasilkan/mengadakan sesuatu yang baru dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi, lebih jauh sesuatu yang baru itu dapat berupa benda, ide, gagasan, model, strategi dan sebagainya yang bermanfaat/bernilai bagi dirinya dan orang lain (Ismaniar & Hazizah, 2018). Metode pengukuran kreativitas antara lain analisis objektif terhadap perilaku kreatif, pertimbangan subjektif, inventori kepribadian, inventori biografis, dan tes kreativitas. Untuk menjadi individu kreatif, dibutuhkan kemampuan berpikir yang mengalir lancar, bebas, dan ide yang orisinal yang diperoleh dari dalam pikirannya sendiri. Berpikir kreatif juga menuntut seseorang memiliki banyak gagasan. Dengan kata lain, agar seseorang dapat berpikir kreatif, haruslah bisa bersikap terbuka dan fleksibel dalam mengemukakan gagasan.

Studi Sebelumnya

Rosmadi (2021) membahas tentang langkah-langkah yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi pandemi *COVID-19* di Kabupaten Bandung. Hasil menunjukkan bahwa dengan adanya pandemi, terjadi penurunan jumlah penjualan yang disebabkan oleh keterbatasan modal yang dimiliki oleh pelaku usaha. Pemilik usaha mencari solusi dengan cara merubah kemasan, logo produk, penyesuaian harga, serta pemberian diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu. Perubahan tersebut berdampak positif bagi pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bandung dalam menghadapi pandemi *COVID-19*.

Beberapa usaha UMKM kuliner yang umum dan populer di wilayah Jakarta juga menempuh berbagai strategi dalam menghadapi pandemi Covid-19, mulai dari analisis lingkungan eksternal dan internal usaha, perencanaan strategi, tahap implementasi, serta evaluasi yang dilakukan UMKM di masa pandemi. Pelaku UMKM di Jakarta melakukan inovasi variasi produk frozen. Selain itu usaha-usaha tersebut juga lebih mementingkan peningkatan kebersihan dan pengemasan produk. Dari segi sumber daya manusia, pemilik usaha juga merangkap sebagai karyawan menjalankan semua kegiatan operasional usaha bersama karyawan lain. Terkait dengan harga produk kuliner yang ditawarkan, UMKM menyatakan tidak menaikkan atau menurunkan harga selama masa pandemi. Terkait promosi pemasaran menggunakan strategi menambah porsi promosi pemasaran usaha secara *online*, menggunakan media sosial dan aplikasi layanan pesan antar *online* yang kenyataannya konsumen dan pelaku usaha kuliner sangat terbantu dengan adanya aplikasi *online*, mengalami peningkatan yang pesat dan lebih terkenal di saat pandemi berkat bantuan media daring aplikasi layanan pesan antar (Kusumaningrum dkk, 2021).

Pengembangan UMKM berbasis digital menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM di Jawa Tengah pada masa pandemi *COVID-19*. Banyak UMKM yang mengalami penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja