

Strategi Pemulihan Omset UMKM Pasca Pandemi Covid 19 di Kabupaten Bekasi

Tuti Achyani, Faris Windiarti, Leni Sugiyanti, Intan Cahya Ramadina

Program Studi Akuntansi, Politeknik Bina Madani

Tuti Achyani, tutiachyani@poltekbima.ac.id Kabupaten Bekasi, Indonesia

Abstrak. Pandemi COVID-19 yang berawal dari Kota Wuhan, China dengan sangat cepat menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Penyebaran virus ini mendorong pemerintah Indonesia untuk melakukan beberapa tindakan, salah satunya adalah menerapkan *social distancing* atau kebijakan menjaga jarak serta tidak berada di kerumunan. Pandemi covid19 telah menghadirkan dampak buruk di berbagai sektor, termasuk sosial, pendidikan, budaya, dan terutama ekonomi. Di Indonesia, UMKM adalah sektor industri yang memiliki jumlah pelaku terbanyak. Pada tahun 2019, terdapat sekitar 65,5 juta unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, mengalami peningkatan sebesar 1,98% dari jumlah pada tahun 2018 yang mencapai 64,2 juta unit. UMKM Kabupaten Bekasi terkena dampak pandemi dengan turunya omset sebesar 20% selama pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk mencari strategi untuk pemulihan omset UMKM pasca pandemi di Kabupaten Bekasi. Dengan pendekatan kualitatif, strategi pemulihan omset UMKM Kabupaten Bekasi pasca pandemi adalah dengan mengikuti perkembangan digital, kreatif, berinovasi dan pemanfaatan teknologi dapat dilakukan untuk menaikkan omset UMKM.

Kata kunci: Pandemi Covid 19, Omset, UMKM, Perkembangan Digital, Kreatif, Inovatif.

Abstract. The COVID-19 pandemic which started in Wuhan City, China very quickly spread throughout the world including Indonesia. The spread of this virus has prompted the Indonesian government to take several actions, one of which is implementing social distancing or a policy of keeping distance and not being in crowds. The covid19 pandemic has had a devastating impact on various sectors, including social, educational, cultural, and especially the economy. In Indonesia, MSMEs are the industrial sector that has the largest number of actors. In 2019, there were around 65.5 million units of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, an increase of 1.98% from the number in 2018 which reached 64.2 million units. MSME in Bekasi Regency was affected by the pandemic with a decrease in turnover of 20% during the pandemic. This research aims to find a post-pandemic MSME turnover recovery strategy in Bekasi Regency. Using a qualitative approach, the post-pandemic recovery strategy for MSME turnover in Bekasi Regency is keeping up with digital developments, creative, and innovative, and utilizes technology that can be implemented to increase MSME turnover.

Keywords: Covid 19 Pandemic, Turnover, MSMEs, Digital Development, Creative, Innovative.

Pendahuluan

Gejala Pandemi COVID-19 yang berawal dari Kota Wuhan, China dengan sangat cepat menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Penyebaran virus ini mendorong pemerintah Indonesia untuk melakukan beberapa tindakan, salah satunya adalah menerapkan *social distancing* atau kebijakan menjaga jarak serta tidak berada di

kerumunan. Pandemi covid19 telah menghadirkan dampak buruk di berbagai sektor, termasuk sosial, pendidikan, budaya, dan terutama ekonomi. Seiring dengan peningkatan jumlah korban covid19, pemerintah telah beberapa kali menerapkan kebijakan *social distancing*, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mengharuskan para pengusaha untuk menutup atau mengurangi kegiatan perdagangannya. Dampak paling parah yang harus ditanggung oleh para pengusaha adalah terpaksa merumahkan para pekerjanya.

Berdasarkan data dari Kementerian Ketenagakerjaan (Kemenaker), tercatat bahwa ada 3,6 juta pekerja yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) dan dirumahkan (cnnindonesia.com, 2020). Kebijakan pengurangan aktivitas ini awalnya hanya diterapkan di area perkotaan karena potensi penularan virus covid yang lebih tinggi. Akibatnya, perekonomian di perkotaan mengalami penurunan drastis dan hampir lumpuh total saat kebijakan lockdown diberlakukan. Dampak negatif ini tidak hanya dirasakan oleh pasar-pasar modern dengan skala besar, tetapi juga pasar tradisional yang umumnya melibatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Di Indonesia, UMKM adalah sektor industri yang memiliki jumlah pelaku terbanyak. Pada tahun 2019, terdapat sekitar 65,5 juta unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, mengalami peningkatan sebesar 1,98% dari jumlah pada tahun 2018 yang mencapai 64,2 juta unit. Dari total tersebut, sekitar 64,6 juta unit merupakan usaha mikro, dengan penambahan sekitar 798,7 ribu unit usaha kecil. Selain itu, ada sekitar 65,5 ribu unit berbentuk usaha menengah.

Kabupaten Bekasi adalah salah satu kabupaten di Jawa Barat. Pada tahun 2017, Kabupaten Bekasi berhasil mencatatkan diri sebagai kota ketiga dari sepuluh kota besar yang menjadi penggerak ekonomi di Indonesia (BPS Indonesia, 2017). Data statistik mengenai Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Kabupaten Bekasi periode 2013 hingga 2017 menunjukkan bahwa LPE Kabupaten Bekasi berada pada tingkat yang tinggi jika dibandingkan dengan LPE Jawa Barat, namun masih berada di bawah LPE Nasional (BPS Kabupaten Bekasi, 2019).

nama_provinsi	nama_kabupaten_kota	kategori_usaha	jumlah_umkm	satuan	tahun
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	AKSESORIS	644	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	BATIK	644	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	BORDIR	92	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	CRAFT	22999	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	FASHION	22447	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	KONVEKSI	13708	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	KULINER	98989	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	MAKANAN	72402	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	MINUMAN	13432	UNIT	2019
JAWA BARAT	KABUPATEN BEKASI	JASA/LAINNYA	31279	UNIT	2019

Tabel.1. Jumlah Data UMKM Kabupaten Bekasi 2019

Sumber: <https://opendata.jabarprov.go.id/id>

Menurut data dari Dinas Perindustrian Kabupaten Bekasi bahwa Usaha Kecil, Mikro dan Menengah bidang industri di Kabupaten Bekasi masih tetap bertahan dan menunjukkan eksistensi mereka saat kondisi wabah virus covid-19 meski omset yang didapat turun hingga 20% (Kadi Perindustrian, News Republik). Pemerintah Kabupaten Bekasi berencana akan menyalurkan bantuan kepada UMK di Kabupaten Bekasi Jawa Barat dengan anggaran dari refocusing untuk mendorong produktivitas UMKM di Kabupaten Bekasi.

Jumlah keseluruhan UMKM ini menyumbang 99,99% dari total unit usaha di Indonesia, sementara usaha besar s berkontribusi 0,01% dari total unit usaha di negeri ini. UMKM juga berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, mencapai 119,6 juta orang atau sekitar 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia. Angka ini meningkat sebesar 2,21% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 116,9 juta orang. Terkait kontribusinya terhadap perekonomian, menurut laporan Asian Development Bank (ADB) tahun 2019, UMKM berkontribusi sekitar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atas harga berlaku, dan sebesar 57,14% terhadap PDB atas harga konstan. Selain itu, ekspor nonmigas dari UMKM mencapai 339,2 triliun pada tahun 2019, yang merupakan sekitar 15,65% dari total ekspor Indonesia pada dua tahun sebelumnya.

Inilah menjadi penting melihat begitu besar peran UMKM dalam memperkuat perekonomian Indonesia, karena itulah kerjasama antara Pemerintah dan para pelaku UMKM khususnya di Kabupaten Bekasi untuk dapat bersinergi membangun dan memperkokoh kegiatan ekonomi yang berdampak pada kelanjutan pembangunan daerah kedepannya, maka dari itu pemilihan strategi pemulihan Omzet UMKM di Kabupaten menjadi penting untuk dikaji/diteliti tentunya.

Metode

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menghasilkan temuan strategi pemulihan omset UMKM di Kabupaten Bekasi. Subjek penelitian ini mencari strategi pemulihan UMKM yang tepat diperoleh dari data pelaku UMKM Kabupaten Bekasi dan Pihak Pemerintah Kabupaten Bekasi, dengan memfokuskan pada temuan dalam kebijakan yang dapat diambil pemerintah dalam strategi pemulihan omset UMKM serta merumuskan masukan dari informan pelaku UMKM di Kabupaten Bekasi. Sumber data yang digunakan adalah data primer berasal dari pelaku UMKM yang terdata di Kabupaten Bekasi melalui website Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia dengan wawancara. Pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu UMKM yang sudah berdiri selama 10 tahun sebelum pandemi dan yang bergerak dalam bidang kuliner. Adapun alasan pemilihan sektor kuliner UMKM di Kabupaten Bekasi dengan pertimbangan bahwa sektor ini salah satu yang menunjukkan penurunan omset yang cukup drastis karena pandemi tersebut. Adanya aturan atau kebijakan mengenai pembatasan sosial yang menyebabkan penutupan restoran, kafe dan tempat makan lainnya. Kemudian penurunan konsumsi dan perubahan pola makan, sehingga menyebabkan banyak yang mengurangi pengeluaran mereka termasuk makan di luar dan perubahan pola makan seperti bekerja dari rumah dan pembatasan perjalanan berkontribusi pada penurunan konsumsi sektor kuliner.

Hasil dan Pembahasan

Pandemi Covid-19

Gejala Pandemi COVID-19 yang berawal dari Kota Wuhan, China dengan sangat cepat menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Pandemi adalah sebuah wabah penyakit yang menyebar secara global. Pandemi dinyatakan ketika ada suatu penyakit baru yang menyebar di seluruh dunia dengan batas yang melampaui (Menurut World Health Organization, 2020). Contohnya adalah pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini, yang juga dikategorikan sebagai pandemi oleh WHO pada 12 Maret 2020. Wabah penyakit dikategorikan sebagai penyakit menular dan infeksi yang berkelanjutan. Pandemi diawali sebagai epidemi terlebih dahulu, di mana penyebarannya masih dalam lingkungan kecil seperti suatu wilayah ke wilayah tertentu.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

UMKM umumnya merupakan usaha yang sangat produktif yang dijalankan oleh individu, kelompok, atau suatu badan usaha. Menurut UU No 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Berdasarkan pengertian tersebut, UMKM merupakan usaha badan yang dimiliki seseorang dengan memiliki kriteria modal usaha yang terbatas.

UMKM pada perekonomian di Indonesia adalah salah satu kelompok dalam bidang berbisnis yang memiliki jumlah sangat besar dan mampu bertahan terhadap berbagai macam krisis ekonomi dan krisis global. UMKM juga memiliki peran khusus dalam aspek peluang untuk ketersediaan lapangan kerja dan menjadi sumber penghasilan serta berperan dalam pembangunan ekonomi pada pedesaan. (Harto et al., 2019)

UMKM memiliki kepanjangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Penjelasan dan pengertian secara terperinci termuat pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terdapat pada pasal 1 sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan 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 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. 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 penghasilan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Dikutip dari Nurhidayat (N.A), ada 8 permasalahan yang menyebabkan akses UMKM terhadap perbankan masih rendah. Kedelapan permasalahan tersebut adalah:



Gambar 1. Permasalahan yang dihadapi UMKM (Nurhidayat, 2011)

Sebelum pandemi covid-19 melanda ada beberapa permasalahan yang harus dihadapi oleh UMKM. Setelah pandemi covid-19 UMKM harus bertahan dengan usahanya. Setelah pandemi covid-19 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sektor usaha yang merasakan dampak yang cukup dalam dari pandemi Covid-19. Oleh karena itu, mereka membutuhkan bantuan nyata dari pemerintah sebagai regulator untuk membangkitkan kembali ekonomi di masyarakat di mulai dari para pelaku UMKM.

No	Sub Klasifikasi UMKM Sektor Kuliner	Omset Tahun 2019 (rata-rata)	Omset Tahun 2020 (rata-rata)	Penurunan Omset
1	Bebek Goreng Sawung BifResto	84.000.000	24.000.000	71,43
2	Nasi Liwet Lavanda	52.200.000	15.000.000	71,26
3	Klethikan Deepa (Aneka Snack Box)	61.800.000	10.200.000	83,50
4	Aisa Cake and Snack	45.000.000	18.720.000	58,40
5	Khansa Aqiqah (Paket Kebuli)	294.000.000	126.000.000	57,14
6	Hot Mangkok - Ayam Matahan	63.000.000	55.800.000	11,43
7	Kedai Mama Kembar - Bakmi Goreng	124.800.000	76.800.000	38,46
8	Bakso Idola	151.200.000	88.800.000	41,27
9	Mimi Kitchen - Cake and Bakery	87.600.000	42.000.000	52,05
10	Catering Umi Nuron - Nasi Box	111.600.000	51.408.000	53,94

11	Dimsumon	92.400.000	28.776.000	68,86
12	Rosthi Coffee	83.520.000	24.000.000	71,26
13	Dapoer Janur	112.500.000	58.500.000	48,00
14	Mie Ayam Ceker Ibu Neneng Hisom	198.000.000	51.600.000	73,94
15	Pawon Lombok Ijo	349.920.000	131.328.000	62,47
16	Pempek Cubit	135.000.000	35.280.000	73,87
17	Roti Bakar Menjangan	69.120.000	12.744.000	81,56
18	Rice Bowl Bu Vera	165.600.000	36.864.000	77,74

Tabel 2. Omset Pelaku UMKM Kuliner Kabupaten Bekasi - Data diolah Peneliti (2020)

(sumber UMKM Kuliner Kabupaten Bekasi dari <https://simpum.bekasikab.go.id>)

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti mengenai omset Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bekasi terkait sektor kuliner, terdapat 18 pelaku usaha yang mengalami penurunan omzet secara drastis akibat wabah pandemi COVID-19. Informasi ini dapat dilihat pada uraian tabel 2 di atas.

Dari data tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Bekasi yang bergerak di sektor kuliner mengalami penurunan omset penjualan yang sangat signifikan, dengan rata-rata penurunan omset mencapai 60,92%. Situasi ini berdampak besar pada perekonomian Kabupaten Bekasi, mengingat banyaknya pelaku usaha yang mengalami penurunan penjualan selama masa pandemi ini. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi terbaik dalam upaya pemulihan omset bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bekasi.

Digitalisasi, Inovasi, Kreativitas UMKM di Masa Pandemi

Digitalisasi UMKM memiliki dampak positif dan signifikan terhadap ketahanan. UMKM yang telah berhasil melakukan transformasi digital selama lebih dari satu tahun memiliki potensi ketahanan yang lebih tinggi daripada UMKM yang tidak pernah mendigitalkan atau terlambat mengadopsi teknologi digital. Oleh karena itu, pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan perlu mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi sebagai strategi bertahan dalam menghadapi masa krisis. Langkah-langkah yang dapat diambil antara lain memberikan pelatihan, dukungan infrastruktur, dan mendorong kolaborasi dalam ekosistem digital. Dengan demikian, UMKM akan lebih siap menghadapi tantangan dan memiliki kesempatan yang lebih baik untuk bertahan dalam situasi yang sulit.

Salah satu manfaat dari digitalisasi adalah memberikan kesempatan bagi UMKM untuk mengembangkan jangkauan pasar melalui pemasaran digital. UMKM dapat menciptakan situs web, memanfaatkan media sosial, atau platform marketplace untuk mempromosikan produk dan layanan mereka kepada khalayak yang lebih luas. Dengan demikian, UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial dan

memperluas pangsa pasar mereka. UMKM juga dapat memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi operasional mereka. Misal dengan menggunakan teknologi *cloud computing*, UMKM dapat dengan mudah mengelola dan menyimpan data, mempercepat proses pengolahan data, serta meningkatkan aksesibilitas data. Selain itu, UMKM dapat mengadopsi aplikasi mobile untuk mempermudah proses transaksi dan pembayaran, sekaligus mempercepat produksi dan pengiriman barang. (Khairani & Pratiwi, 2018)

Teknologi digital juga berperan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan UMKM. Contohnya, teknologi *3D printing* memungkinkan UMKM untuk menciptakan prototipe produk baru dengan lebih baik dan meningkatkan presisi produksi. Di sisi lain, teknologi *AI (Artificial Intelligence)* dan *VR (Virtual Reality)* dapat meningkatkan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. UMKM dapat memanfaatkan teknologi ini untuk menciptakan desain yang lebih inovatif dan menarik bagi konsumen. (Fadilah et al., 2020)

Oleh karena itu, pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan perlu mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi sebagai strategi bertahan dalam menghadapi masa krisis. Langkah-langkah yang dapat diambil antara lain memberikan pelatihan, dukungan infrastruktur, dan mendorong kolaborasi dalam ekosistem digital. Dengan demikian, UMKM akan lebih siap menghadapi tantangan dan memiliki kesempatan yang lebih baik untuk bertahan dalam situasi yang sulit. Kreativitas dan inovasi memiliki peran penting dalam dunia bisnis. Kedua elemen ini memiliki peran yang berbeda namun memiliki batasan yang tegas. Langkah pertama menuju inovasi adalah kreativitas. Kreativitas adalah kemampuan dalam menciptakan produk baru. Kemampuan ini mencakup modifikasi untuk menciptakan konsep yang baru atau menggabungkan konsep lama dengan konsep baru agar dapat menjadi kekuatan dalam persaingan bisnis. Kreativitas menunjukkan proses cara berpikir seseorang dalam memecahkan masalah dengan menemukan ide yang efektif. (Mufrida et al., 2017)

Inovasi dikenal sebagai fungsi penting dalam dunia bisnis. Inovasi memiliki makna sebagai pembaharuan dengan menciptakan sesuatu yang telah ada sebelumnya, kemudian mengalami perubahan yang lebih baik, lebih berkualitas, lebih menarik, dan lebih banyak diminati dari sebelumnya. Menurut UU No. 19 Tahun 2002, inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, atau perancangan yang bertujuan untuk mengembangkan penerapan praktis nilai dalam konteks ilmu pengetahuan yang baru. Cara baru ini akan diterapkan dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada pada saat pengembangan produk atau proses produksinya. Dengan demikian, hal tersebut merupakan inovasi bagi mereka yang baru melihat atau merasakannya. Inovasi dapat menjadi ide dan penerapan pada sebuah objek yang dianggap baru oleh penggunanya.

Salah satu penyebab inovasi ini diperlukan adalah karena adanya kebutuhan dan permintaan yang selalu berubah-ubah dari pelanggan, yang tidak ingin mengonsumsi produk yang sama. Oleh karena itu, inovasi terus menerus dibutuhkan dalam berbisnis. Oleh karena itu, kreativitas dan inovasi perlu dimiliki dan dikembangkan dalam dunia bisnis, terutama bagi UMKM agar dapat mencapai kesuksesan. Inovasi berasal dari terbentuknya kreativitas dan merupakan kunci untuk menghadapi tantangan dan memenuhi kebutuhan yang berubah-ubah.

Kreativitas dan inovasi memiliki kaitan yang berbeda, di mana kreativitas berhubungan dengan ide yang bermanfaat, sedangkan inovasi berkaitan dengan implementasi ide tersebut. Dengan memaksimalkan kreativitas, cara pandang, dan pola berpikir, bisnis dapat tampil dengan modifikasi yang telah ada. Salah satu karakter yang sangat penting adalah kemampuan berinovasi.

Sebagai salah satu sektor ekonomi yang sangat penting, perhatian terhadap UMKM perlu terus dilakukan terutama dalam menghadapi pelemahan ekonomi dan pandemi Covid-19 saat ini. UMKM tidak hanya penting sebagai kelompok usaha yang menyerap tenaga kerja lebih banyak dibandingkan usaha besar, tetapi juga memiliki kontribusi besar terhadap pembentukan dan pertumbuhan ekonomi, terutama di negara yang sedang berkembang.

Para pelaku UMKM, yang disebut sebagai wirausahawan, memiliki sifat percaya diri yang tinggi, kemauan kuat, fokus pada sasaran, kerja keras, dan kemampuan untuk selalu berinovasi. Peran UMKM menjadi sangat penting terutama di masa pandemi Covid-19 karena mereka menjadi tulang punggung ekonomi dan memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Inovasi menjadi kunci bagi UMKM agar dapat bertahan di tengah pandemi ini. Inovasi membantu mengembangkan bisnis, menciptakan produk atau layanan baru, menjaga konsumen tetap tertarik, dan meningkatkan kualitas produk. Inovasi ini juga dapat membantu UMKM tumbuh menjadi jaringan usaha yang lebih besar dan berdampak pada globalisasi kegiatan ekonomi.

Pada masa pandemi ini, banyak UMKM yang mengalami kesulitan karena kurangnya inovasi dan hanya mengikuti tren tanpa melihat potensi yang ada. Oleh karena itu, inovasi dari kreativitas sangat diperlukan agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah pandemi. Beberapa inovasi yang bisa dilakukan antara lain: berpindah dari offline menjadi online, menerapkan protokol kesehatan, menciptakan produk baru yang unik, melakukan perubahan pada produk yang ada, dan memodifikasi produk untuk meningkatkan penjualan.

Inovasi dapat diimplementasikan melalui berbagai strategi, seperti *Focus Differentiation*, *Differentiation*, *Overall Cost Leadership (OCL)*, dan *Focus Cost*. UMKM juga dapat menciptakan sesuatu dengan nilai baru melalui empat langkah perekonstruksian nilai, yaitu Eliminasi, Kurangi, Tingkatkan, dan Ciptakan. Dengan adanya inovasi yang kreatif dan efektif, UMKM memiliki kesempatan untuk bertahan dan bahkan tumbuh lebih baik di tengah tantangan global seperti pandemi ini. Inovasi merupakan kunci untuk mencapai kemajuan dan menghadapi dampak yang sedang terjadi. (Azizah et al., 2019)

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari analisis data pada UMKM sektor kuliner Kabupaten Bekasi, maka kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Digitalisasi UMKM memiliki dampak positif dan signifikan terhadap ketahanan dan kestabilan UMKM dalam menghasilkan omset. UMKM yang telah berhasil melakukan transformasi digital selama lebih dari satu tahun memiliki potensi ketahanan yang lebih tinggi daripada UMKM yang tidak pernah mendigitalkan atau terlambat mengadopsi teknologi digital. Pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan perlu mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi sebagai strategi bertahan dalam menghadapi masa krisis.
2. Inovasi terus menerus dibutuhkan dalam berbisnis. Oleh karena itu, kreativitas dan inovasi perlu dimiliki dan dikembangkan dalam dunia bisnis, terutama bagi UMKM agar dapat mencapai kesuksesan. Inovasi berasal dari terbentuknya kreativitas dan merupakan kunci untuk menghadapi tantangan dan memenuhi kebutuhan yang berubah-ubah. Kreativitas dan inovasi memiliki kaitan yang berbeda, di mana kreativitas berhubungan dengan ide yang bermanfaat, sedangkan inovasi berkaitan dengan implementasi ide tersebut. Dengan memaksimalkan kreativitas, cara pandang, dan pola berpikir, bisnis dapat tampil dengan modifikasi yang telah ada. Salah satu karakter yang sangat penting adalah kemampuan berinovasi.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada departemen riset penelitian dan pengabdian masyarakat Politeknik Bina Madani atas dana hibah penelitian.

Daftar Pustaka

- BPS Kabupaten Bekasi. <https://bekasikab.bps.go.id/>.
- Azizah, N., Mahendra, D., & Lofian, B. (2019). Pemanfaatan E-Commerce untuk Peningkatan Strategi Promosi dan Penjualan UMKM Tas di Kabupaten Kudus. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1), 96. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v10i1.3555>
- Fadilah, A., Igo, I., Liza, A., Safira, F., Setyani, A., & Imam, B. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Mufrida, F., Sungkawati, E., & Je, E. A. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan*.
- Nurhidayat, R. (2011). Analisis Permasalahan Pembiayaan UMKM di Indonesia. In *Kajian Ekonomi dan Keuangan* (Vol. 15, Issue 2, pp. 53–68). <https://doi.org/10.31685/kek.v15i2.156>
- Undang - Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah