

**STRATEGI PELAKU UMKM DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 UNTUK  
MENINGKATKAN PENDAPATAN WARUNG MAKANDI KECAMATAN BLIMBING KOTA  
MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi



**Disusun Oleh:**

**INDARTI SANTRIYANI**

**2018110165**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI  
MALANG  
2022**

**Strategi Pelaku UMKM Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19  
Untuk Meningkatkan Pendapatan Warung Makan  
Di Kecamatan Blimbing Kota Malang**

<sup>1</sup>Indarti santriyani, <sup>2</sup>Hendrik Suhendri, <sup>3</sup>Sri Indah  
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang  
Jln Telaga Warna, Malang 65144  
E-mail: indartisantriya@gmail.com

**ABSTRAK**

Dampak Pandemi *Covid-19* ini hampir terjadi diseluruh wilayah Indonesia, salah satunya ialah Kota Malang. Dimana kita ketahui bahwa Malang termasuk di antara kota terkena dari wabah *Covid-19* yang dikatakan dengan status zona merah terhadap tingkat penyebaran *Covid-19*. Tujuan dari riset berikut ialah untuk mengetahui Pendapatan UMKM Sebelum dan pasca Covid19 Di Kecamatan Blimbing Kota Malang. Memakai jenis riset deskriptif kualitatif. Di mana sumber data memakai data primer dan data sekunder. Lokasi pada saat riset di Kecamatan Blimbing Kota Malang. Sedangkan untuk mengumpulkan data memakai Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Dengan menggunakan cara analisis mengumpulkan, menyusun, mengolah dan menganalisis data, supaya bisa menggambarkan terkait lingkungan tertentu dengan demikian bisa menyimpulkan problematika yang sudah ada. Berdasarkan hasil riset yang sudah dilakukan pada pelaku UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang dapat disimpulkan bahwa pendapatan perhari pelaku UMKM Rumah Makan di Kecamatan Blimbing Kota Malang mengalami penurunan signifikan disaat pada saat pandemic yang mana mencapai 21% hingga 71% dengan rata-rata penurunan pendapatan per hari UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang sebesar 45%. Adapun strategi yang dilakukan pelaku UMKM dalam mempertahankan bisnis kuliner makanannya dengan melakukan strategi perbaikan kualitas produk dari segi kebersihan, cita rasa, harga yang terjangkau, memberikan promo dan layanan.

**Kata Kunci : Strategi UMKM, Pendapatan, Pandemi Covid-19**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro telah membuktikan ketangguhannya dalam krisis keuangan terjadi pada tahun 2008. Ketangguhan usaha mikro ini sedang diuji kembali kelangsungan kegiatan usahanya di tengah pandemi Covid-19, atau dengan kata lain pendapatan atau keuntungan mereka akan terus berjalan sebagaimana mestinya. (Suhendri, et.al, 2017).

Keadaan UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang ketika saat terjangkit wabah Covid19. Sesuai dengan hasil yang sudah di observasi dan wawancara pelaku UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang mengalami degradasi secara perlahan pada omset penjualan sebesar 21% hingga 71% dengan rata-rata penurunan pendapatan perhari UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang sebesar 45%. Karena menurunnya kuantitas konsumen ketika saat terjadinya Covid19 faktor ini disebabkan karena dibatasinya kegiatan-kegiatan di luar rumah.

Diantar yang kena dampak dari pandemic Covid19 ialah di sektor UMKM di Kecamatan Blimbing Kota Malang yang mana sebelumnya banyak ditemui customer untuk membeli, namun ketika wabah banyak menyebabkan perdebatan. Dari situlah corona virus muncul, sudah banyak pelaku UMKM yang merasakan dampak dari ini, yang mana sebelumnya jumlah pengunjung banyak namun akhirnya mulai merosot, banyak outlet-outlet yang jualan namun tidak ada yang mendapatkan konsumen, tentunya saat memproduksi dengan sedikit, ini sangat mempengaruhi terhadap pendapatan atau omset pelaku UMKM. (Suhendri, et.al, 2022). Bisa dirasakan bahwa telah terjadi penurunan minat konsumen untuk membeli kuliner di UMKM yang ada di Kecamatan Blimbing Kota Malang. Bisa dipastikan terjadinya penurunan minat beli konsumen akan berdampak pada pendapatan dan omset pada UMKM di bagian kuliner.

Menurut Indah, et.al, (2020). Terminal ialah dimana tempat semua kendaraan berhenti, yang jurusan kota bahkan antar kota, dan tempat dimana penumpang naik. Angkot akan membawa tempat tujuan yang diinginkan. Biasanya masyarakat dominan menggunakan transportasi local dan tidak itu saja banyak juga yang ikut antar kota guna sampai tempat tujuan. Melihat kepadatan yang berada di terminal Landungsari Kota Malang yang mana di sana sebagai tempat berhentinya dan menarik penumpang baru dan juga sebagai tempat parkir angkot, dengan adanya wabah covid19 yang menimpa. Realitanya, sopir angkot dilakukan pemberlakuan retribusi terminal yang diterapkan PEMKOT Malang, dengan ketentuan Rp. 1.000 (seribu rupiah). Ketika saat wabah covid19, kegiatan para driver angkot mulai terganggu lantas pendapatan mulai merosot juga disebabkan karena kurangnya penumpang. PEMKOT melakukan biaya terminal tentunya dengan beberapa harapan mengadakan remunerasi untuk lokasi terminal, pemerintah yang menyediakan dan fungsikan untuk khalayak ramai, lebih-lebih untuk para driver angkot yang mencari nafkah untuk keluarga. Semua driver diwajibkan membayar atau melunasi retribusi pajak dengan waktu yang tepat dan tidak telat, hal ini untuk kepentingan bersama guna membantu dan ikut andil untuk meningkatkan hasil pajak kota Malang di saat terjaring penyakit Corona. Diwajibkan untuk driver dan penumpang untuk patuh terhadap protocol kesehatan yang sudah ditentukan sebagaimana oleh pemerintah seperti halnya cuci tangan menggunakan sabun dan air yang mengalir, menggunakan masker yang sudah sesuai standar nasional dan menjaga jarak minimal 1 meter dari objek lainnya

Pada wabah coronavirus seperti ini memerlukan cara untuk UMKM untuk bertahan dan tetap eksis dengan bisnisnya dengan tujuan selalu meningkatkan pendapatan guna keberlangsungan menghidupkan UMKM (Hardilawati, 2020). Harus di berdayakan usaha mikro disaat gentingnya keadaan seperti, yang mana harus bisa menghadapi tantangan zaman yang mengakibatkan banyaknya persaingan dengan terus memberikan inovasi-inovasi produk yang

akan dipasarkan, mengembangkan SDM dan teknologi, mensebarluaskan pemasaran, ini merupakan tuntutan yang wajib dilakukan bagi seorang pelaku UMKM, semua itu untuk bisa bersaing dan tetap eksis dari banyaknya produk dari luar, melihat UMKM merupakan sektor ekonomi yang bisa menyerap ketenagakerjaan yang besar di Indonesia (Hardilawati,2020; Sedyastuti,2018; Susanti Et Al., 2020) sehingga perlunya menerapkan strategi untuk UMKM agar bisa tetap bertahan dan berjalan.

Dibandingkan dengan keadaan yang normal yang bisa mengurangi aktivitas konsumen untuk beroperasi. Menggunakan langkah berikut para pebisnis bisa memulai berniaga secara online dengan menggunakan e-commerce agar bisa beradaptasi dengan zaman. E-commerce ialah berniaga yang menggunakan alat elektronik misalnya gadget disana pembeli dan penjual bisa bertemu dengan konsumen tanpa harus bertatap muka langsung. Dalam kesimpulan dari hasil riset (Hardilawati, 2019) e-commerce sangat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terkait untuk peningkatan kinerja pangsa pasar dan juga bisa meningkatkan pendapatan UMKM. Selain menggunakan transaksi E- Commerce para UMKM diwajibkan untuk menukar produknya dengan memakai produk digital marketing dan social media marketing agar bisa bertemu langsung dengan customer dan bisa memberikan biaya promo.

Melalui deskripsi diatas penulis mempunyai ketertarikan untuk meriset dan mengambil judul **“Strategi Pelaku UMKM Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Pendapatan Warung Makan di Kecamatan Blimbing Kota Malang”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan isi latar belakang yang sudah dipaparkan penulis, maka rumusan masalah pada riset ini ialah Bagaimana strategi pelaku UMKM dalam menghadapi pandemi Covid-19 untuk meningkatkan pendapatan Warung Makan di Blimbing Kota Malang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Riset ini dengan mempunyai tujuan Untuk mengetahui strategi pelaku UMKM dalam menghadapi Covid -19 untuk meningkatkan pendapatan Warung Makan di Blimbing Kota Malang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Harapan daripada riset ini memberikan kontribusi yang berguna bagi beberapa pihak yang sudah tercantum dibawah ini, antara lain:

1. **Bagi Peneliti**

Harapannya bisa mengaplikasikan teori dan juga bisa mendalami ilmu pengetahuan yang ada sangkut pautnya dengan Strategi Pendapatan UMKM yang diperoleh selama perkuliahan di Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

2. **Bagi Universitas**

Skripsi bisa memberikan suntikan tambahan pengetahuan dan harapannya sebagai acuan untuk bahan referensi untuk pelajar berikutnya, lebih-lebih bagi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Gohlke JM, Thomas R, Woodward A, Lendrum DC, Ustun AP, Hales S, Portier CJ (2011). Estimating the global public health implications of electricity and coal consumption. *Environmental health perspectives* 119(6): 821-825.
- Hardilawati, W. L. (2019). The role of innovation and e-commerce in small business, 373,83-87.
- Hardilawati, W. L., (2019). Model pemasaran hubungan pelanggan, inovasi dan E-Commerce dalam meningkatkan kinerja pemasaran UKM di pekanbar. *Jurnal akuntansi dan ekonomika*, 9 (2), 213-222.
- Hardilawati, W.laura. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemic covid-19. *Jurnal akuntansi dan ekonomi* 10 (1), 89-9, <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hendrawan et al A (2019) pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk UMKM asti gauri di kecamatan bantasari cilacap. *Jurnal administrasi dan kesekretariatan*, 4 (1), 53-60. <https://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>
- Poppy Indri Hastuti, Sri Indah. (2020). Kajian Retribusi Terminal Landungsari Di Tengah Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Sopir Angkot. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol.6 No.3 Edisi November 2020.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Prakoso, B.2013.pajak dan retribusi daerah. UII press.Yogyakarta.
- Ramadhan. (2020).strategi pemulihan UMKM di masa new normal.asumsi diakses dalam. [https://www.asumsi.co/post/strategi-pemulihan-ekonomi-UMKM-di-masa new-normal,tanggal 20 agustus 2021](https://www.asumsi.co/post/strategi-pemulihan-ekonomi-UMKM-di-masa-new-normal,tanggal%20agustus%202021).
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2012). Memahami penelitian kualitatif, Bandung: ALVABETA.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D Bandung: PT Alvabet.
- Sugiyono. (2017) metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suhendri, H., Putri, S.A. & Risnaningsih. (2022). Critical Ethnography of Micro PPKM Policy In The Covid-19 Pandemic: A Study Based on The Perception of Micro Entrepreneurs. *RJOAS*, 1 (121), 72 – 79.
- Suhendri, H., Novitawati, R.A.D. & Iyel, I. (2022). The Impact of Implementation of Large-Scale Social Restriction Policies (PSBB) on Income of Micro Business Before and During the Covid-19 (Study on Micro Business in Indonesia), *European Journal of Business and Management*, 14 (6): 49 – 53.

- Sedyastuti,K. (2018). ANALISIS PEMBERDAYAAN UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. INOBIS: jurnal inovasi bisnis dan manajemen Indonesia. 2(1),117-127, <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>.
- Sudibiya Arlita Marcella, dan Sebeni, Arifin. 2013 pengaruh struktur *corporate goverence* dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Diponegoro journal of Accounting. ISSN 2337-3806, 2 (2): 1-11.
- Susanti, A., istiyanto, B., & jalari, M. (2020). Strategi UKM pada masa pandemic covid-19. KANGMAS: karya ilmiah pengabdian masyarakat. 1 (2), 67-74 <https://doi.org/10.37010/kangmas.v1i2.50>
- Senekal, B. (2021). The first 40 years of orania. Tydskrif vir geesteswetenskappe.61(2),526-550,,<https://doi.org/10.17159/2224-7912/2021/v61n2a8>
- Traver & laudon. (2016). E- commerce: business, technology, society. Global edition. Tenth edition. Edinburgh gate: pearson education.