

PERUBAHAN PARADIGMA BERWIRSAUSAHA UMKM DI KOTA PALU SELAMA PANDEMI COVID-19

**Maulid Sakaria¹, Marjun², Muhamad Gulom³
Muhammad Umar A⁴, Faigah A Badjamal⁵, Sujarwadi⁶**
(Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat)

ABSTRAK

Perubahan paradigma berwirausaha UMKM di Kota Palu selama pandemi Covid 19. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui Perubahan paradigma berwirausaha UMKM di Kota Palu selama pandemi Covid 19. Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah menggunakan metodologi kualitatif dengan melakukan wawancara kepada 71 responden. Hasil penelitian ini strategi yang dilakukan pegiat UMKM kuliner di Kota Palu untuk meningkatkan daya saing usaha selama masa Pandemi Covid-19, adalah dengan melakukan penjualan secara online, menggunakan media social seperti instagram maupun *facebook*, dan system pembayarannya secara transfer dan hal teknis yang dilakukan pegiat UMKM kuliner di Kota Palu dalam penyesuaian paradigma berwirausaha selama masa Pandemi Covid-19, adalah berupa penjualan online dengan menggunakan strategi digitalisasi., sementara hal non teknis yang dilakukan pegiat UMKM kuliner di Kota Palu dalam penyesuaian paradigma berwirausaha selama masa Pandemi Covid-19, berupa pengambilan keputusan yang cepat dan tepat.

Kata Kunci: Perubahan Paradigma Berwirausaha.

LATAR BELAKANG

Pandemi global Covid-19 yang mewabah disemua negara dunia telah banyak mempengaruhi semua sektor kehidupan masyarakat. Di Indonesia, hampir semua sektor mengalami dampak terutama ekosistem ekonomi yang selama ini telah menjadi tumpuan masyarakat. Lebih lanjut, pandemi Covid-19 telah membuat terjadinya pelambatan sektor ekonomi di Indonesia dengan berbagai turunannya.

Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Inilah yang dikhawatirkan oleh semua pihak, karena telah membuat sektor UMKM mengalami kemunduran yang signifikan. Apalagi saat ini banyak UMKM yang

mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buru yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional.

UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja tengah menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan. Bahkan berdasarkan survei Asian Development Bank (ADB) terkait dampak pandemi terhadap UMKM di Indonesia, 88% usaha mikro kehabisan kas atau tabungan, dan lebih dari 60% usaha mikro kecil ini sudah mengurangi tenaga kerjanya.

Harus diakui bahwa pandemi Covid-19 telah membuat menurunnya daya beli

masyarakat. Dikarenakan publik telah mengurangi interaksi diluar ruangan untuk menekan persebaran pandemi. Dengan demikian, banyak konsumen yang kemudian menjaga jarak dan mengalihkan pembelian secara digital. Dampaknya banyak UMKM yang harus menutup usahanya karena menurunnya pembelian dan masih tergantung pada penjualan secara luar jaringan (*offline*). Sehingga beberapa sektor UMKM yang belum beradaptasi secara digital pada akhirnya sangat terdampak hingga menutup gerainya. Meski begitu pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah mendorong perubahan baru dalam langgam bisnis Indonesia.

Perubahan tersebut yaitu beralihnya bisnis *offline* menuju bisnis digital yang dikenal juga sebagai fenomena kewirausahaan digital. Media sosial dan *market place* (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas (Purnomo, 2019).

Perlu diketahui bahwa UMKM di Indonesia telah menjadi pilar terpenting bagi ekosistem ekonomi. Apalagi diketahui bahwa 99% pelaku usaha di Indonesia adalah sektor UMKM. Peran UMKM ini telah berkontribusi 60% terhadap produk domestik bruto nasional dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja yang terdampak pandemi. Sedangkan dari UMKM yang ada saat ini ternyata baru 16 persen yang telah masuk dalam ekosistem ekonomi digital.

Dalam konteks Indonesia, sektor UMKM merupakan salah satu pilar utama dari fundamental ekonomi Indonesia. Bahkan, di saat terjadinya krisis ekonomi 1998, ternyata sektor UMKM sangat berkontribusi positif dalam menyelamatkan ekosistem ekonomi Indonesia kala itu. Hal yang sama juga terjadi selama pandemi Covid-19, yang mana sektor UMKM dapat berpotensi besar untuk menjadi akselerator pemulihan ekonomi nasional.

Oleh karena itu diperlukan model kewirausahaan yang bisa beradaptasi dengan

kemajuan teknologi. Hal inilah yang kemudian melahirkan model kewirausahaan digital. Model bisnis ini berasal dari kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan fenomena karakteristik baru dalam hal bisnis (Giones, & Brem, 2017). Dalam hal ini peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap unit bisnis baru yang dibuat.

Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang dan meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat serta berkelanjutan. Meski begitu ada empat dimensi yang terkait dengan kewirausahaan digital yaitu aktor digital (siapa), aktivitas digital (apa), motivasi digital (mengapa) dan organisasi digital (bagaimana) (Elia, et al, 2020).

Demikian pula halnya dengan pelaku wirausaha UMKM yang ada di Kota Palu, dimana Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap kemajuan dan pendapatan usaha. Terlebih ketika Pemerintah memberlakukan Masa Pembatasan Mikro maupun PPKM Level IV, maka UMKM sangat merasakan dampaknya. Untuk itu pegiat wirausaha harus memutar cara dan strategi agar usahanya tetap berjalan di masa Pandemi ini.

Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan media online, baik itu Whatsupp, facebook, Instagram dan sebagaimana. Masa Pandemi Covid-19, Pemerintah memberlakukan sistem *take away* atau pesan bawah pulang, tidak boleh makan ditempat. Dengan demikian paradigma berwirausaha harus beradaptasi dengan kondisi yang ada.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pegiat UKMK di Kota Palu menjalani usahanya selama Pandemi Covid-19?

2. Perubahan paradigam berwirausaha apa yang dilakukan pegiat UMKM di Kota Palu selama masa Pandemi Covid-19?

Landasan Teori

Kewirausahaan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan karena ia dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian di pasar, dan ini harus dilihat sebagai bentuk proses menuju kewirausahaan sejati.

Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarbrough “Wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya”.

Peter Drucker berkata bahwa wirausaha tidak mencari resiko, mereka mencari peluang. Mereka menghargai proses adalah cenderung memiliki kesabaran, dan seorang wirausahawan sejati memiliki kesabaran dalam menjalani setiap proses menuju keberhasilan tersebut. Sehingga jika ada pendapat bahwa kegagalan adalah awal dari kesuksesan maka kata-kata ini dipegang teguh oleh wirausahawan. Tanpa ada kegagalan sulit bagi seseorang mengetahui dimana kelemahan yang ia miliki. Kadang kala kita perlu belajar dari kesalahan, dan manusia diajarkan untuk tidak mengulangi kesalahan yang sama di kemudian hari, karena jika ia mengulangi kesalahan yang sama dikemudian hari maka artinya ia tidak belajar dari pengalaman atau menyia-nyaiakan pengalaman.

Fungsi dan peran wirausaha dapat dilihat melalui dua pendekatan yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro,

wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi, dan sebagainya. Sebagai perencana, wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru, dan lain-lain. Secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara.

Tujuan Kewirausahaan

1. Meningkatkan jumlah wirausaha yang berkualitas.
2. Mewujudkan kemampuan dan kemandirian para wirausaha untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
3. Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat yang mampu, andal, dan unggul.
4. Menumbuh kembangkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguh dan kuat terhadap masyarakat.

Manfaat Berkewirausahaan

Dari beberapa penelitian mengindikasikan bahwa pemilik bisnis mikro, kecil, dan atau menengah percaya bahwa mereka cenderung bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan lebih membanggakan daripada bekerja di suatu perusahaan besar. Sebelum mendirikan usaha, setiap calon wirausahawan sebaiknya mempertimbangkan manfaat kepemilikan bisnis mikro, kecil, dan atau menengah.

Manfaat adanya para wirausaha, adalah sebagai berikut:

1. Berusaha memberikan bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya.
2. Menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.

3. Memberikan contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun, tetapi tidak melupakan perintah agama.
4. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat sebagai pribadi unggul yang patut diteladani.
5. Sebagai generator pembangunan lingkungan, pribadi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, dan kesejahteraan.
6. Berusaha mendidik para karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, tekun dan jujur dalam menjalani pekerjaan.
7. Berusaha mendidik masyarakat agar hidup secara efisien, tidak berfoyafoya dan tidak boros.

Para wirausahawan sukses di beberapa negara pada umumnya memiliki karakteristik yang relative sama. William D. Bygrave, seperti yang dikutip oleh Suparyanto mengemukakan 10 Karakteristik kewirausahaan yang terangkum dalam *The Ten-D Character of Entrepreneurship*, sebagai berikut:

1. *Dreams* (Mimpi), Visi masa depan serta kemampuan untuk mengimplementasikan mimpi tersebut.
2. *Decisiveness* (Ketegasan), tidak mengulur-ulur waktu dalam mengambil keputusan, kecepatan dianggap sebagai kunci kesuksesan.
3. *Doers* (Pelaku), menentukan suatu tindakan dan melakukannya secara tepat dan tepat.
4. *Determination* (Ketetapan Hati), mengimplementasikan usaha dengan komitmen total, tidak menyerah saat mengalami kesulitan.
5. *Dedication* (Berdedikasi), memiliki dedikasi total terhadap usahanya.
6. *Devotion* (Kesetiaan), mencintai usaha mereka sehingga efektif dalam menjual produk bagi kemajuan usahanya.
7. *Details* (Terperinci), bersifat kritis dan melakukan perincian dalam berbagai hal yang menyangkut usahanya.

8. *Destiny* (Nasib), bertanggungjawab atas dirinya dan tidak tergantung kepada orang lain.
9. *Dollars* (Uang), menjadikan uang sebagai salah satu ukuran kesuksesan, jika sukses maka akan mendapatkan uang yang banyak.
10. *Distribute* (Distribusi) mendistribusikan atau mendelegasikan sebagaimana dari tugas, wewenang dan tanggungjawab kepada orang lain.

Pengertian UMKM

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan).

Dari pengertian tersebut, ada beberapa definisi-definisi UKM yang lain. Usaha atau bisa disebut dengan kewirausahaan. Istilah kewirausahaan menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuel dalam bukunya *Entrepreneurship* adalah tindakan kreatif yang membangun suatu value dari sesuatu yang tidak ada.

Entrepreneurship merupakan proses untuk menangkap dan mewujudkan suatu peluang terlepas dari sumber daya yang ada, serta membutuhkan keberanian untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan.

Menurut *The American Heritage Dictionary*, wirausahawan (*entrepreneur*), didefinisikan dengan, seseorang yang mengorganisasikan, mengoperasikan dan memperhitungkan risiko untuk sebuah usaha yang mendatangkan laba. Dalam pengertian ini terdapat kata 'mengorganisasikan', apakah yang diorganisasikan tersebut.

Demikian juga terdapat kata mengoperasikan dan memperhitungkan risiko. Seorang pelaku usaha dalam skala yang kecil sekalipun dalam menjalankan kegiatannya akan selalu menggunakan berbagai sumber daya. Sumber daya organisasi usaha meliputi, sumber daya

manusia, finansial, peralatan fisik, informasi dan waktu. Dengan demikian seorang pelaku usaha telah melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya yang dimilikinya dalam ruang dan dimensi yang terbatas dan berusaha mengoperasikan sebagai kegiatan usaha guna mencapai laba.

Dalam mengorganisasikan dan mengoperasikan usahanya tersebut ia berhadapan dengan sejumlah risiko, utamanya risiko kegagalan. Mengapa demikian? Jawabannya tidak lain karena berbagai sumber daya yang dimiliki keterbatasan, jelas mengandung sejumlah risiko. Itulah hal yang dilakukan oleh seorang pelaku usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan. Termasuk usaha kecil dan menengah adalah semua pedagang kecil dan menengah, penyedia jasa kecil dan menengah, petani dan peternak kecil dan menengah, kerajinan rakyat dan industri kecil, dan lain sebagainya, misalnya warung di kampung-kampung, toko kelontong, koperasi serba usaha. Koperasi Unit Desa (KUD), toko serba ada wartel, ternak ayam, sebagainya.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

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
3. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajamen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.

4. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan 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 sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

5. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (*entrepreneuship*). Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneuship*) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, mendefinisikan UMKM sebagai usaha kecil yang memiliki aset di luar tanah dan bangunan sama atau lebih kecil dari Rp 200 juta dengan omset tahunan hingga Rp 1 miliar. Sedangkan pengertian usaha menengah ialah badan usaha resmi yang memiliki aset antara Rp 200 juta sd Rp 10 miliar.

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat.

Sedangkan pengertian UKM berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), UKM adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang. Sedangkan kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20

Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha..

No	Usaha	Kriteria Asset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Usaha jasa adalah suatu jenis kegiatan usaha untuk melayani kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa. termasuk usaha jasa misalnya jasa angkutan, jasa akuntan, warung telepon, jasa dokter, jasa rumah sakit, bioskop, siaran televisi dan radio, dan sebagainya.

Usaha dagang adalah suatu jenis kegiatan usaha yang dilakukan oleh pedagang dengan aktivitas yang berupa membeli barang dagangan untuk dijual kembali dengan maksud untuk memperoleh keuntungan, sebagai contoh adalah warung di kampung, toko di dekat pasar, toko serba ada, koperasi serba ada (waserda), dan sebagainya.

Usaha industri (termasuk kerajinan rakyat), adalah kegiatan usaha yang merubah bentuk dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap dipakai, misalnya pabrik sepeda, pabrik sepatu, pabrik tahu, kerajinan anyaman topi, konveksi, kerajinan tanah liat, dan sebagainya.

Usaha pertanian, peternakan, dan perikanan adalah kegiatan produksi yang berupa mengembangbiakkan tanaman dan hewan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan.

Usaha pertambangan dan galian adalah kegiatan untuk mengangkat bahan-bahan dari dalam atau dari permukaan tanah agar dapat diproses lebih lanjut.

Secara umum, ada banyak UKM dengan kriteria yang berbeda. Berikut ini beberapa di antaranya:

a) Manajemen Bisnis Sendiri

UKM sangat berbeda dengan waralaba. Perbedaannya yang mencolok terletak pada manajemen bisnis. Apabila waralaba memiliki manajemen bisnis yang ditentukan oleh pihak *franchisor*, maka

UKM tidak. Pemilik UKM memiliki kebebasan untuk bertindak dan mengambil keputusan sendiri dengan kemajuan usahanya.

b) Modal Usaha Terbatas

UKM memiliki modal terbatas, karena pada umumnya modal hanya berasal dari pemilik usaha atau bisa jadi sekelompok kecil orang yang ikut menginvestasikan uangnya untuk modal UKM tersebut.

c) Karyawan Kebanyakan dari Penduduk Lokal

Pada umumnya, UKM mengambil karyawan dari penduduk lokal. Hal ini dikarenakan dua hal. *Pertama*, pemilik UKM ingin memberdayakan penduduk lokal agar bisa bekerja secara mandiri di daerah tersebut. *Kedua*, adanya keterbatasan biaya untuk menggaji karyawan yang berasal dari daerah luar.

d) Bersifat Usaha Keluarga

Pada umumnya, UKM bersifat usaha keluarga. Dalam artian, usaha ini dijalankan dan dikembangkan sendiri oleh pemilik usaha bersama keluarganya. Setelah berkembang cukup besar, pemilik UKM memperkerjakan penduduk sekitar dengan sistem seperti keluarga.

e) Posisi Kunci Dipegang oleh Pemilik

Maju-mundurnya UKM tergantung sepenuhnya oleh pemilik usaha. Dalam hal ini, berarti sistem untuk menjalankan atau memajukan usaha tidak diajarkan kepada karyawan atau orang yang menjadi kepercayaan.

f) Modal Usaha Berasal dari Keuangan Keluarga

Kebanyakan UKM tidak mengandalkan modal dari pihak luar, seperti investor atau bank, tetapi dari keuangan keluarga, sehingga memungkinkan tercampurnya keuangan keluarga dan perusahaan. Modal dari pihak luar hanya dibutuhkan ketika pemilik UKM ingin mengembangkan usaha tersebut ke luar daerah.

g) Menuntut Motivasi Tinggi

Untuk memajukan UKM, pemilik usaha dituntut untuk memiliki motivasi yang

tinggi. Motivasi tersebut meliputi motivasi untuk melakukan promosi secara besar-besaran, membuat situs bisnis, membuat strategi marketing *online* serta *offline*, dan sebagainya.

- h) Menggunakan Teknologi Sederhana dalam Proses Produksi
 Pada umumnya, UKM masih menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksinya. Teknologi sederhana yang dimaksud disini adalah alat-alat yang masih tradisional dan belum canggih, sebagaimana yang ada belakangan ini.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah menggunakan metodologi kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Adapun data yang dikumpulkan dalam penelitian dengan pendekatan ini adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, selain itu semua yang dikumpulkan menjadi kunci terhadap yang diteliti.

Lokasi penelitian ini di Kota Palu, khususnya pada para pegiat UMKM yang tergabung dalam komunitas TDA (Tangan Di Atas) yang bergerak di bidang usaha Kuliner, sementara itu, waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan selama 5 (lima) bulan, yaitu dari Januari-Mei 2022.

Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pegiat UMKM yang tergabung dalam komunitas TDA (Tangan Di Atas) berjumlah 250 pegiat UMKM, yang mayoritas bergelut di bidang usaha kuliner (makanan).

Sampel

Penentuan besarnya sampel dilakukan dengan

menggunakan formulasi rumus Slovin yang dikemukakan oleh Taro Yamane (Ridwan, 2013; 65). Dengan demikian, dari sebanyak 250 populasi yang ada, diambil sebanyak 71 sampel.

Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive random sampling*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun, sehingga dianggap memahami penelitian yang dilakukan.
2. Bersedia dijadikan responden
3. Memiliki usaha yang telah melakukan perubahan selama masa Pandemi Covid-19.

Hasil Penelitian

Informan dalam penelitian ini merupakan pegiat usaha yang ada di Kota Palu, dengan jumlah total sebanyak 250 orang, sementara informan dalam penelitian ini sebanyak 20 orang, dengan rincian, sebagai berikut:

Tabel Data Informan dan Jenis Usaha Kuliner

No	Nama Informan	Jenis Usaha Kuliner
1	2	3
1	Hatim	Caffe Surayya
2	Sarah Monoarfa	Roti Isi
3	Rusli	Naoro
4	Andrianto	Cako Food
5	Arman Wahid	Sahabat Coklat
6	Najma	Klapertaart
7	Vanda	Risoles d'Bengges
8	Bimo	Nasi Kuning Vampire
9	Arman Johara	Bronis Pisang Browyaku
10	Abd. Ghaffar Al-Azis	Rendang Uda Azis
11	Fitri Isnayati	Paru Goreng Kemasan
12	Indasa	Krupuk Mawar
13	Meike	Peyek Kacang
14	Badalang	Abon Ikan Tuna
15	Hidayatullah	Aneka Jus Buah
16	Yuni	Bawang Goreng
17	Bahar Sadikah	Keripik Bawang
18	Abdul Ghaffar Al-Azis	Rendang Kemasan
19	Rosmina	Donat Kentang
20	Fajrin N	Ayam Goreng Krispi

Sumber: Data Primer, diolah kembali, 2022

Berdasarkan data informan di atas, terlihat bahwa yang paling banyak adalah yang menggeluti usaha kuliner, yaitu sebanyak 8 orang (40%) dari total sampel informan, sementara yang paling sedikit adalah informan yang menggeluti usaha property dan teknologi/IT. Jenis usaha kuliner masih menjadi primadona bagi pegiat usaha kecil di Kota Palu, mengingat modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar, sementara peminat kuliner di Kota Palu sangat besar. Hal ini terlihat pada hamper setiap sudut Kota Palu banyak dijumpai usaha kuliner.

Di masa Pandemi Covid, jenis usaha ini juga cenderung bertahan walaupun terjadi penurunan omset yang cukup signifikan, akibat adanya pembatasan-pembatasan yang diberlakukan.

Deskripsi Hasil Wawancara

Data hasil wawancara dikumpulkan secara langsung kepada informan penelitian ini. Hasil tanggapan informan selanjutnya dirangkum dan diramu, dengan hasil sebagai berikut:

1) Keahlian Pekerja

Sebanyak 18 orang (90%) menyatakan bahwa:

“Tingkat keterampilan yang kami miliki selama ini sebenarnya sebagian besar kami peroleh secara otodidak atau belajar sendiri”

Pernyataan tersebut di atas menyatakan bahwa keahlian mereka dalam bekerja dan menggeluti usaha ini, pada awalnya diperoleh secara otodidak. Seiring dengan perkembangan, adanya pelatihan yang diadakan oleh instansi terkait, keahlian pekerja menjadi lebih meningkat. Saat ini mereka telah memiliki keahlian dalam bekerja, bahkan mampu berinovasi utamanya menyangkut keberagaman produk yang ditawarkan kepada konsumen.

2) Ketersediaan Teknologi

Untuk ketersediaan teknologi, sebagian besar pada awal melakukan usaha, mereka masih menggunakan teknologi sederhana, sehingga tingkat produktivitas

juga rendah. Saat ini, keberadaan teknologi tidak dapat dipungkiri sangat mempengaruhi produktivitas kerja, termasuk para pengusaha kecil yang ada, sehingga mereka telah menggunakan teknologi yang memadai dan hal tersebut berdampak pada produktivitas usaha mengalami peningkatan.

Hal ini diakui oleh sebanyak 19 informan (95%), sebagai berikut:

“Sebenarnya tiap produk harus ada standarnya, dan standar yang baik adalah jika menggunakan teknologi dalam proses produksinya, sehingga produktivitas usaha semakin baik”.

Penggunaan teknologi ini tentunya memiliki konsekuensi, khususnya dalam hal pembiayaannya, dimana pegiat usaha mengeluarkan modal yang relative besar, karena memang teknologi yang digunakan memiliki nilai harga yang tinggi.

3) Organisasi dan Manajemen

Sebagaimana usaha kecil lainnya, maka pegiat usaha yang menjadi informan dalam penelitian ini, memulai usaha ini dengan system manajemen sederhana atau manajemen keluarga. Pembagian kerja yang ada masih bersifat sederhana pula. Namun demikian, system pencatatan keuangan telah dilakukan cukup baik, walaupun juga masih sederhana.

Hal ini diakui oleh seluruh responden (100%), melalui pernyataan berikut:

“Usaha ini kami rintis bersama keluarga, tentunya pengelolaannya juga masih bersifat kekeluargaan, namun khusus pencatatan keuangan, kami sudah melakukan pencatatan dengan baik walaupun sifatnya manual atau sederhana”

Pernyataan di atas menegaskan bahwa walaupun usaha dikelola dengan system manajemen kekeluargaan, namun pengelolaan keuangan dilakukan dengan baik walaupun juga masih menggunakan cara manual atau sederhana. Untuk itu pendampingan dari pemerintah tentang pengelolaan keuangan dan manajemen usaha ini, sangat diharapkan demi kemajuan usaha.

4) Keahlian Pengusaha/Manajerial

Dalam era persaingan saat ini, mau atau tidak para pegiat usaha harus mampu meningkatkan kemampuan manajerial dalam dirinya. Seluruh informan penelitian ini telah beberapa kali mengikuti pelatihan pengelolaan usaha, sehingga diharapkan setiap pegiat usaha dapat mengelola usahanya dengan baik, dan dapat bersaing secara sehat.

Hal tersebut di atas diakui oleh 100% informan, yang menyatakan bahwa:

“Pelatihan pengelolaan usaha kecil yang dilaksanakan oleh pemerintah, sudah sering kami ikuti, dengan harapan bahwa kalau kami mengikuti pelatihan maka kemampuan kami dalam mengelola usaha akan semakin baik”

Pengelolaan usaha yang semakin baik dapat meningkatkan kemampuan usaha untuk bersaing dengan usaha lainnya.

5) Ketersediaan Informasi/Promosi

Penggunaan media sosial, pada awal usaha dilakukan belum banyak digunakan oleh para informan. Hal ini diakui mereka sebab selain belum terlalu *familiar* dengan lingkup pekerjaan mereka, juga mereka belum memahami kegunaan dari penggunaan media social untuk melakukan promosi. Namun saat ini, terlebih dimasa pandemic Covid-19, dimana pembatasan demi pembatasan dilakukan, maka setiap pegiat harus menggunakan media social untuk mempromosikan *jualan* mereka sehingga mereka mampu bertahan.

Seluruh informan (100%) memberi pernyataan sebagai berikut:

“Adanya PPKM, dimana orang tidak bisa leluasa untuk datang membeli, sementara kami juga harus tetap menjalankan usaha, maka penggunaan media social menjadi pilihan utama sebagai jalan keluar agar usaha tetap berjalan, dan terbukti memang omset usaha kami menjadi stabil setelah kami menggunakan media online tersebut”

Pernyataan di atas juga memberi bukti dimana penggunaan media social mampu membuat usaha mereka bertahan, sementara yang lainnya harus *gulung tikar*

6) Ketersediaan Modal

Modal usaha adalah hal yang mutlak dibutuhkan oleh sebuah usaha untuk memulai usahanya. Menurut informan bahwa modal yang mereka keluarkan saat mengawali usaha ini masih modal sendiri, dengan jumlah yang terbatas, sebagaimana pernyataan 20 informan (100%) berikut ini:

“Kami mengawali usaha ini dengan modal sendiri, tidak pinjam ke bank atau ke pihak lain, karena modal sendiri tentu jumlahnya terbatas sehingga omset usaha juga belum besar. Modal yang ada terus kami kelola dan kembangkan, bahkan sekarang banyak rekan-rekan usaha keci sudah menggunakan pinjaman lunak dari bank untuk usaha kecil”.

Modal ini terus digulirkan sampai saat ini. Sumber modal saat ini memang banyak, misalkan dari pihak perbankan seperti BRI dengan program KUR. Ada beberapa informan telah menggunakan fasilitas kredit perbankan ini, ada pula informan yang menggunakan modal berupa bantuan dari instansi terkait.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi yang dilakukan pegiat UMKM kuliner di Kota Palu untuk meningkatkan daya saing usaha selama masa Pandemi Covid-19, adalah dengan melakukan penjualan secara online, menggunakan media social seperti instagram maupun *facebook*, dan system pembayarannya secara transfer.
2. Hal teknis yang dilakukan pegiat UMKM kuliner di Kota Palu dalam penyesuaian paradigma berwirausaha selama masa Pandemi Covid-19, adalah berupa penjualan online dengan menggunakan strategi digitalisasi., sementara hal non teknis yang dilakukan pegiat UMKM kuliner di Kota Palu dalam penyesuaian paradigma berwirausaha selama masa Pandemi Covid-19, berupa pengambilan keputusan yang cepat dan tepat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan bagi karyawan UMKM kuliner adalah untuk menggunakan teknologi internet dalam pemasaran, maka sebaiknya karyawan diikuti sertakan dalam pelatihan dari pemerintah, dan mentor khusus (pihak akademisi) untuk meningkatkan *hard skill* dan *soft skill* karyawan mereka, terutama dalam hal kemampuan beradaptasi dalam setiap perubahan yang terjadi..

DAFTAR PUSTAKA

- Akifa P. Nayla, *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralabal*, Laksana, Jogjakarta, 2014,
- Arthur Kuriloff dan Jhon M. Memphil, *Starting and Managing the Small Business*, McGraw Hill, New York, 1993,
- Basrowi, *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011
- Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, Alfabeta, Bandung, 2008,
- Fadhilah Ramadhani, Yaenal Arifin, *Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015*, dalam *Jurnal Economics Development Analisis Journal. Edaj (2013)*
- Geoffrey G. Meredith, *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Pustaka Binaman Presindo, Jakarta, 1996,
- R.W Suparyanto, *Kewirausahaan: Konsep Dan Realita Pada Usaha Kecil*, Alfabeta, Bandung, 2013.
- Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta, 2008
- Tejo Nurseto, *Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh*, dalam *Jurnal Ekonomi & Pendidikan Vol.1 No.1 februari 2004*, hlm. 3.
- Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*, Alfabeta, Bandung, 2010
- Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Pustaka Mahardika, Yogyakarta, 2013