

# Hubungan antar pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Pasar Kebalen Kota Malang pasca covid-19

Farizah Auliya Brillianty

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: 210503110106@student.uin-malang.ac.id

## Kata Kunci:

UMKM; covid-19; pelaku  
UMKM; pasar; hubungan

## Keywords:

MSMEs; covid-19; MSME  
players; markets; relations

## ABSTRAK

Artikel ini mengeksplorasi perubahan dalam kerjasama, persaingan, dan dukungan antar pelaku UMKM pasca pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Hasilnya menunjukkan adanya perubahan dalam pola hubungan antar pelaku UMKM, termasuk peningkatan kerjasama dan saling mendukung. Artikel ini memberikan wawasan yang penting mengenai dinamika hubungan antar pelaku UMKM di Pasar Kebalen setelah terjadinya pandemi COVID-19.

## ABSTRACT

This article explores changes in cooperation, competition and support between MSME actors after the pandemic. This research uses a qualitative approach and data is collected through interviews and observation. The results show changes in the pattern of relationships between MSME actors, including increased cooperation and mutual support. This article provides important insight into the dynamics of relationships between MSME players in the Kebalen Market after the COVID-19 pandemic.

## Pendahuluan

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang mana pelakunya adalah masyarakat yang memiliki usaha kecil yang hasilnya digunakan untuk menghidupi keluarga mereka. UMKM ini juga merupakan tulang punggung perekonomian sebagian besar negara di dunia, termasuk Indonesia dan Malaysia, yang merupakan masyarakat yang memiliki keterkaitan secara budaya (Al Idrus et al., 2016)

Krisis merupakan pengaruh eksternal yang memberikan dampak buruk bagi kehidupan termasuk dalam perekonomian (Segaf, 2012). UMKM ini merupakan suatu bentuk usaha yang rentan akan guncangan terhadap keadaan sosial, budaya, bahkan iklim dan keadaan alam (Minai et al., 2021; Sarif et al., 2023). Contoh singkatnya saat adanya pandemi covid-19 banyak pelaku UMKM yang mengeluh bahkan merasa bahwa apa yang mereka usahakan atau yang menjadi pusat penghasilan mereka setiap hari tidak ada hasilnya dikarenakan adanya lockdown yang berkepanjangan. Tak hanya itu, pada pelaku UMKM juga kehilangan komunikasi bahkan kerjasamanya terhadap sesama pelaku UMKM dan kepada pelanggan-pelanggan mereka. Tak hanya sedikit dari mereka yang sangat ingin bisa bekerja kembali untuk memenuhi kebutuhan mereka dan saling berinteraksi dengan sesama pelaku UMKM dan dengan pelanggan mereka.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Covid-19 adalah sebuah virus yang dalam proses penyebarannya itu sangatlah mudah. Virus ini disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 atau SARS-CoV-2)(Amri, 2020). Gejala COVID-19 beragam, dari keadaan tidak mengalami gejala hingga keadaan penyakit parah seperti gangguan pernafasan parah dan gangguan organ[2]. Gejala yang paling umum meliputi demam, sakit tenggorokan, sakit kepala, kekurangan energi, sakit otot, dan kekurangan udara(Singhal, 2020). Maka dari itu tak jarang banyak masyarakat yang takut dengan virus ini terutama pelaku UMKM yang setiap harinya selalu berada di tempat umum bahkan pada kerumunan orang banyak

Dalam artikel ini akan membahas mengenai Hubungan antar pelaku UMKM di Pasar Kebalen Kota Malang Pasca Covid-19. Kami juga telah melakukan observasi pada salah satu pelaku UMKM di pasar Kebalen kota Malang yang mana pada masa Covid-19 hubungan antar pelaku UMKM di Pasar Kebalen juga terkena dampaknya. Maka dari itu dalam artikel kali ini akan dibahas mengenai hubungan antar pelaku UMKM pasca Covid-19 di pasar Kebalen Kota Malang.

## Pembahasan

Saat pandemi covid-19 tak hanya sedikit masyarakat di dunia yang merasakan dampak buruknya. Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia sangat signifikan. Pandemi Covid-19 mengakibatkan turunnya kinerja UMKM di Indonesia(Silfia & Utami, 2021).Penyebaran dan peningkatan jumlah kasus Covid-19 terjadi dengan waktu yang sangat cepat akan berdampak pada penurunan perekonomian Indonesia. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dalam penanganan Covid-19 secara tidak langsung dapat menimbulkan pemerosotan pertumbuhan ekonomi di Indonesia(Sihaloho, 2020). Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap semua sektor termasuk UMKM. Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap perekonomian Indonesia, ditunjukkan dengan penurunan pertumbuhan ekonomi year on year di kuartal I, II, dan III(Ginting, 2023).

Tak hanya perihal perekonomian saja, namun hubungan antar masyarakatnya juga ikut terganggu. Meskipun di era saat ini kita sudah bisa saling berhubungan melalui media sosial yang ada namun tetap saja terasa sangat berbeda dan bagi orang-orang yang sudah berumur juga susah memahami tentang media sosial. Tentu saja untuk masyarakat yang sudah lanjut usia memilih untuk melakukan komunikasi dan bertransaksi secara langsung perihal jual beli. Pelaku UMKM yang sudah berumur pun juga sama, mereka sama-sama merasakan dampak yang terjadi saat pandemi covid -19. Keterbatasan teknologi pada orang lanjut usia terutama di perkotaan adalah salah satu permasalahan yang perlu dihadapi. Berikut ini merupakan upaya-upaya yang dapat digaungkan untuk mencegah kebutaan terhadap teknologi untuk kalangan orang yang sudah lanjut usia antara lain:

1. Pemanfaatan teknologi menjadi upaya untuk mengatasi keterbatasan yang ada, baik di kalangan lanjut usia maupun di perkotaan (Mulyono, 2022).

2. Kesenjangan digital adalah masalah yang kompleks dan multidimensi, yang membutuhkan mempertimbangkan beragam teknologi, variabel, dan wilayah (Jyanthi & Dinaseviani, 2022).
3. Salah satu penyebab ketimpangan penggunaan teknologi digital di kalangan lanjut usia adalah rendahnya literasi digital (Ashari, 2018).
4. Meski jumlah warga lanjut usia membesar, jumlah layanan kesehatan dan sosial mereka terbatas.
5. Pemerintah mengembangkan sistem layanan digital hingga bisa menjangkau warga lanjut usia lebih luas.
6. Pemanfaatan teknologi dapat meliputi banyak hal yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup lansia, seperti memudahkan komunikasi, mengurangi biaya layanan, dan mengembalikan kekuatan dan keaktifan (Mulyono, 2022).

Dikarenakan faktor kebutaan terhadap teknologi yang ada. Berdasarkan fakta yang sudah saya observasi di Pasar Kebalen Kota Malang masih sangat banyak kalangan lanjut usia yang mana masih menggunakan handphone yang masih belum support internet. Yang mana penggunaannya hanya bisa digunakan untuk sms dan telepon seluler saja pada masa maraknya pandemi Covid-19. Begitupun apa yang dirasakan oleh salah satu pelaku UMKM di pasar Kebalen kota Malang yakni Ibu Saidah. Ibu saidah merupakan salah satu pelaku UMKM di Pasar Kebalen Kota Malang yang mana dalam kesehariannya beliau menjual bahan baku masakan. Seperti bumbu-bumbu masakan, bawang putih, bawang merah dan lain sebagainya. Bu saidah pernah berpendapat tentang bagaimana susahnya berjualan di masa pandemi. Ditambah lagi faktor usia beliau yang tidak mudah lagi tingkat kepekaan terhadap teknologi juga rendah, jadi beliau hanya bisa melayani pemesanan dengan cara pemesan barang datang ke rumah beliau lalu beliau mencarinya di pusat grosir barang apa saja yang di butuhkan dan dipesan oleh pelanggannya. Dampak lain yang dirasakan oleh pelaku UMKM di Pasar Kebalen Kota Malang yang telah saya observasi antara lain:

1. Merasa kesusahan perihal menjual barang dagangannya.
2. Minimnya tingkat komunikasi antar pelaku UMKM.
3. Minimnya stok barang dagangan pada tempat grosir.

Bu Saidah berpendapat bahwa dampak Covid 19 ini sangat-sangat berpengaruh terhadap beliau dan lingkungan sekitar. Beliau sering mengeluh karena wabah Covid 19 yang terus berlanjut dan tak kunjung usai. Ditambah lagi banyak sekali tetangga beliau yang sangat membutuhkan bahan-bahan masakan yang biasanya dijual oleh Bu Saidah. Tetangga beliau merasa bahwa lebih nyaman berbelanja di tetangga sendiri yang mana akses untuk menghubungi Bu Saidah juga mudah dan dari segi harga pun lebih terjangkau. Namun karena adanya pandemi ini mereka juga merasakan kerugian karena Bu Saidah juga sudah tidak berjualan lagi dikarenakan adanya lockdown.

Seiring berjalannya waktu pasca pandemi covid-19. Ibu Saidah memulai membuka usahanya kembali di pasar Kebalen kota Malang dan menurut beliau keadaan perekonomian serta hubungan antar pelaku UMKM di pasar Kebalen perlahan-lahan

pulih kembali. Namun yang dirasakan bu Saidah masih tetap sama seperti halnya saat pandemi. Dikarenakan faktor kurangnya kepekaan terhadap teknologi mengakibatkan menurunnya tingkat penjualan yang dialami oleh bu Saidah. Bu saidah tetap gigih berjualan di pasar Kebalen karena hanya dari situlah beliau bisa menghidupi diri beliau. Kegigihan ini membentuk perilaku berwirausaha (*entrepreneurial behavior*) Bu Saidah dan para pedagang lainnya untuk bertahan dalam menjalankan usahanya (Diana & Segaf, 2023; Segaf et al., 2021a, 2021b; Segaf, 2022).

Namun pada tahun 2023 ini beliau merasa bahwa perkembangan perekonomian dan hubungan antar pelaku UMKM yang beliau rasakan mulai membaik dan mulai memberikan keuntungan yang lebih dari sebelumnya. Karena menurut beliau pribadi sudah banyak pelanggan yang sudah mulai mencari barang yang di butuhkan di pasar dan memulai kembali aktivitas perekonomian seperti sebelum adanya pandemi covid-19.

## Kesimpulan

UMKM merupakan suatu usaha yang rentan. Pada saat adanya pandemi covid-19 menurut Ibu Siti Saidah selaku salah satu pelaku UMKM di Pasar Kebalen Kota Malang merasakan dampak dari pandemi tersebut. Ditambah lagi beliau yang sudah berumur jadi sangat minim sekali pengetahuan tentang teknologinya. Beliau merasa berkurangnya hubungan antar satu pelaku UMKM dengan pelaku UMKM lainnya bahkan dengan pelanggannya sendiri. Setelah berakhirnya pandemi covid-19 hubungan antar pelaku UMKM bahkan dengan pelanggan mulai membaik bahkan lebih baik dari sebelum covid-19.

## Daftar Pustaka

- Al Idrus, S., Meldona, M., & Segaf, S. (2016). *Pengaruh karakteristik sosio-kultural terhadap orientasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi perbandingan Kedah dan Malang*.
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123–131.
- Ashari, R. G. (2018). Memahami hambatan dan cara lansia mempelajari media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 155–170.
- Diana, I. N., & Segaf, S. (2023). Exploring Perceptions and Elements of Entrepreneurial Behavior in Pesantren: Understanding Fundamental Concepts of Entrepreneurial Behavior. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(3), 962–972. <http://repository.uin-malang.ac.id/16681/>
- Ginting, A. M. (2023). COVID-19 Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Kajian*, 25(4), 285–300.

- Jayanthi, R., & Dinaseviani, A. (2022). Kesenjangan Digital Dan Solusi Yang Diterapkan Di Indonesia Selama Pandemi COVID-19. *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 24(2), 187–200.
- Minai, M. S., Raza, S., & Segaf, S. (2021). Post COVID-19: Strategic digital entrepreneurship in Malaysia. In *Modeling economic growth in contemporary Malaysia* (pp. 71–79). Emerald Publishing Limited. <http://repository.uin-malang.ac.id/11165/>
- Mulyono, S. (2022). PENGARUH TEKNOLOGI DALAM PENINGKATAN KUALITAS HIDUP LANSIA. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 777–784.
- Sarif, R., Susanto, R. M., Retnasih, N. R., & Segaf, S. (2023). Revolutionizing Resilience: MSMEs' Journey with Digital Strategies in Post-Pandemic Recovery. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(3), 203. <https://doi.org/10.32503/jmk.v8i3.4145>
- Segaf, S. (2012). Islamic bonds in financial crisis. *IQTISHODUNA*.
- Segaf, S. (2022). Moslempreneurship: Nurturing the entrepreneurial behaviour of Islamic Boarding School students in Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 6(5), 1936–1944. <http://repository.uin-malang.ac.id/10902/>
- Segaf, Salim, U., Aisjah, S., & Indrawati, N. K. (2021a). Nationalism and Entrepreneurial Behavior, a Pesantren's perspective and implementation in Indonesia. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(6), 7556–7564.
- Segaf, S., Salim, U., Aisjah, S., & Indrawati, N. K. (2021b). Behind entrepreneurial intention in Pesantren perspectives. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(6), 7502–7510. <https://www.tojq.net/index.php/journal/article/view/3096/2087>
- Sihaloho, E. D. (2020). Dampak COVID-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Bandung (ID): Departemen Ilmu Ekonomi, Universitas Padjajaran*.
- Silfia, B., & Utami, A. (2021). Dampak pandemi covid 19 terhadap sektor UMKM di Indonesia. *Vol*, 3, 1–7.
- Singhal, T. (2020). A review of coronavirus disease-2019 (COVID-19). *The Indian Journal of Pediatrics*, 87(4), 281–286.