

PENGANGKATAN UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI KEBIJAKAN PERLINDUNGAN HUKUM DAN PEMBERDAYAAN

Endang Purwaningsih *)
e.purwaningsih@yarsi.ac.id

Nurul Fajri Chikmawati *)
nurul.fajri@yarsi.ac.id

(Diterima 08 September 2021, disetujui 04 Oktober 2021)

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe: 1) forms of legal protection during the COVID-19 pandemic that are applied to MSMEs; 2) the model for empowering MSMEs in an effort to raise the interests of MSMEs during a pandemic. This research is included in applied normative research or empirical normative research, which emphasizes secondary data supported by observations and interviews with MSME actors, MSME Actors Association/Association, and MSME Cooperative Service. This research uses literary study and is supported by in-depth interviews, with a statute approach, a sociological approach and a historic approach, so that data are obtained both from the literature, observational support and interviews. The type of data in this study is secondary data. Primary data in the form of numbers or the results of interviews and observations are only to support secondary data. The secondary data used are primary legal materials and secondary legal materials. Based on the results of the study, it can be concluded that policies and regulations during the pandemic, the Employment Creation Law and its derivatives have been enacted, as well as national economic recovery policies; but in its implementation until now it has not been enough to help MSME actors who tend to want to grow and revive their production and marketing. It needs continuous support and assistance in addition to concrete evidence of facilitation. The application of policies for MSMEs during the pandemic has not been in accordance with the expectations of fulfilling the interests of MSMEs to recover and rise soon

Keywords: MSMEs, Pandemic, Legal Protection, Empowerment

*) Dosen Fakultas Hukum Universitas YARSI, Jakarta

*) Dosen Fakultas Hukum Universitas YARSI, Jakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: 1) bentuk perlindungan hukum selama masa pandemic covid 19 yang diterapkan bagi UMKM; 2) model pemberdayaan UMKM dalam upaya mengangkat kepentingan UMKM dalam masa pandemic. Penelitian ini termasuk dalam penelitian normatif terapan atau penelitian normatif empiris yakni menekankan pada data sekunder didukung hasil pengamatan dan wawancara dengan pelaku UMKM, Asosiasi/Perkumpulan Pelaku UMKM, dan Dinas Koperasi UMKM. Penelitian ini menggunakan *literary study* dan didukung dengan *in depth interview*, dengan *statute approach*, *sosiologis approach* dan *historish approach*, sehingga data diperoleh baik dari kepustakaan, dukungan pengamatan maupun wawancara. Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data primer berupa angka atau pun hasil wawancara dan pengamatan hanyalah sebagai pendukung data sekunder saja. Data sekunder yang digunakan adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, kebijakan dan regulasi selama pandemic, telah diberlakukan UU Cipta Kerja dan turunannya, juga kebijakan pemulihan ekonomi nasional; namun dalam pelaksanaannya hingga saat ini belum cukup membantu pelaku UMKM yang cenderung ingin segera tumbuh dan bangkit kembali produksinya dan pemasarannya. Perlu keberpihakan dan pendampingan terus menerus selain bukti nyata fasilitasi. Penerapan kebijakan bagi UMKM di masa pandemic belum sesuai dengan harapan pemenuhan kepentingan UMKM untuk segera pulih dan bangkit

Kata kunci: *UMKM, Pandemi, Perlindungan Hukum, Pemberdayaan*

I. Pendahuluan

Sejak bulan Maret 2020 hingga bulan Oktober 2021 tentu merupakan masa sulit bagi para pelaku UMKM Indonesia, target yang telah dicanangkan untuk lebih berkembang bisa jadi melangkah mundur, dan terimbas pandemi. Kondisi darurat kesehatan masyarakat akibat covid-19 kemudian diatur dengan Keppres 11 tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19). Hal ini karena COVID-19 menyebabkan hal yang bersifat Luar Biasa. Keppres 11 tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) menyebutkan bahwa jumlah kasus kematian karena Coronavirus sudah meningkat dan meluas antar wilayah dan antar negara serta memiliki dampak pada kondisi politik, ekonomi, sosial, budaya, hankam dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Dalam kondisi pandemi ini, kemampuan bertahan dan kejelian membaca pasar tentu tak serta merta bisa menghidupkan kembali eksistensi UMKM, perlu tangan-tangan *stakeholders* yang peduli terhadap UMKM ini. Pengangkatan UMKM diperlukan agak UMKM tidak makin terpuruk, namun mampu bertahan, dan berkembang. Pengembangan usaha kecil dan koperasi sebagai basis ekonomi kerakyatan yang *notabene* mengangkat kearifan lokal merupakan langkah besar yang harus dilaksanakan dengan kebijakan yang tepat.

Selama ini sebelum pandemi telah dilaksanakan strategi pemberdayaan yang cukup mengena bagi khalayak pelaku UMKM, baik dari sisi faktor produksi maupun pemasaran. Di saat pandemi diketahui bahwa puluhan ribu terdampak, dan sebagian kecil tidak terdampak. Banyak UMKM yang *bankable* dan banyak juga tidak *bankable*.

Kondisi pandemi telah menambah beban berat pelaku UMKM, namun Pemerintah pada medio Mei-Juli 2020 telah berupaya melaksanakan lima skema besar dalam program perlindungan dan pemulihan ekonomi bagi UMKM. Di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk program khusus bagi usaha ultramikro dan usaha mikro yang selama ini tidak bersentuhan dan tidak terjangkau oleh lembaga keuangan maupun perbankan. Para pelaku usaha dalam skema tersebut diupayakan agar masuk sebagai penerima bantuan sosial dari pemerintah. Selanjutnya mengenai insentif perpajakan yang berlaku bagi para pelaku UMKM dengan omzet di bawah Rp4,8 miliar per tahun, terhadap mereka, pemerintah telah menurunkan tarif PPh final untuk UMKM dari 0,5 menjadi 0 persen selama periode enam bulan dimulai dari April sampai September 2020. Kemudian relaksasi dan restrukturisasi kredit UMKM menjadi bagian dari skema ketiga yang disiapkan oleh pemerintah. Skema ini meliputi penundaan angsuran dan subsidi bunga bagi para penerima KUR (Kredit Usaha Rakyat), UMi (Kredit Ultramikro), PNM Mekaar (Permodalan Nasional Madani Membina Keluarga Sejahtera), LPDB (lembaga pengelola dana bergulir), hingga penerima bantuan permodalan dari beberapa kementerian. Pemerintah juga memberlakukan perluasan pembiayaan bagi UMKM berupa stimulus bantuan modal kerja sebagai bagian dari skema keempat yang telah disiapkan. Dalam skema ini, pemerintah menyiapkan bantuan modal kerja darurat yang dirancang khusus bagi pelaku UMKM yang merasakan dampak Covid-19.

Terdapat 41 juta pelaku UMKM yang terhubung dengan lembaga pembiayaan maupun perbankan. Masih terdapat 23 juta pelaku UMKM yang belum pernah mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan maupun sistem perbankan. Bagi yang *bankable* penyalurannya akan melalui perluasan program KUR sekaligus akan mendorong inklusi keuangan, sedangkan bagi yang tidak *bankable* penyalurannya bisa lewat UMi, Mekaar, maupun skema program lainnya. Skema kelima, pemerintah melalui kementerian, lembaga BUMN, dan pemerintah daerah bertindak sebagai penyangga dalam ekosistem UMKM, utamanya pada tahap pemulihan dan konsolidasi usaha setelah pandemic (<https://covid19.go.id/p/berita/lima-skema-perlindungan-dan-pemulihan-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19> diakses 11 Agustus 2020).

Pemerintah tentu perlu menguatkan kelembagaan UMKM, memberi perhatian khusus, melindunginya dari ketidakberdayaan. Pemerintah juga terus memberikan dukungan tambahan kepada UMKM melalui kebijakan KUR khusus selama masa pandemi. Tambahan subsidi bunga/margin KUR, penundaan angsuran pokok, dan relaksasi ketentuan restrukturisasi KUR telah diberikan kepada penerima KUR. Upaya meningkatkan kemampuan usaha dan pemasaran produk UMKM, pemerintah memberikan beberapa program antara lain Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dan Bantuan Produktif (Modal Kerja) bagi pelaku usaha mikro. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian KUKM, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, serta kementerian/lembaga lainnya diharapkan dapat membeli produk UMKM melalui aplikasi serta e-katalog dan laman UMKM untuk pengadaan barang/jasa. Pemerintah juga telah mempersiapkan upaya peningkatan daya saing UMKM dalam lingkup jangka panjang melalui penyusunan Rancangan Undang-Undang (RUU) Cipta Kerja Klaster Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM serta peraturan pelaksanaannya. Pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform digital dalam meningkatkan usahanya. Apalagi sudah terbukti dalam masa pandemi Covid-19 ini, UMKM yang memanfaatkan platform digital lebih punya kekuatan untuk bertahan (<https://www.beritasatu.com/whisnu-bagus-prasetyo/ekonomi/664255/pemerintah-perkuat-dukungan-untuk-umkm-hadapi-pandemi> diakses 1 September 2020).

Beberapa informasi dari media massa dan fakta di lapangan menunjukkan bantuan tersebut kurang tepat sasaran, karena ada permasalahan-permasalahan hutang UMKM mendasar yang belum terpecahkan. Beberapa di antaranya adalah tentang hutang UMKM ke lembaga tidak resmi yang mencekik dan manajemen risiko mereka yang masih buruk. Pemerintah seharusnya membenahi masalah-masalah tersebut terlebih dahulu untuk memastikan bentuk yang tepat untuk menolong UMKM pada masa pandemi (<https://theconversation.com/bantuan-utang-untuk-umkm-selama-pandemi-tidak-tepat-sasaran-5-cara-untuk-memperbaikinya-140730> diakses 1 September 2020).

Dengan kondisi UMKM saat pandemic berlangsung ini, kebijakan-kebijakan pemerintah baik pemerintah pusat maupun daerah perlu dikaji, apakah benar-benar berpihak dan melindungi serta memulihkan, apakah terdapat harmonisasi dan efektif berlakunya bagi para pelaku UMK, sehingga mereka tidak hanya cukup mampu bertahan, namun mengentaskan diri dari kondisi terburuk, bergeliat meningkat dan berkembang mengarah pada kondisi yang lebih tangguh.

Permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut 1) Bagaimanakah perlindungan hukum selama masa pandemic covid 19 yang diterapkan bagi UMKM? 2) Bagaimanakah pemberdayaan UMKM dalam upaya mengangkat kepentingan UMKM dalam masa pandemi?

II. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian normatif terapan atau penelitian normatif empiris yakni menekankan pada data sekunder didukung hasil pengamatan dan wawancara dengan pelaku UMKM, Asosiasi/Perkumpulan Pelaku UMKM, dan Dinas Koperasi UKM.

Penelitian ini menggunakan literary study dan didukung dengan *in depth interview*, dengan *statute approach*, *sociologisch approach* dan *historish approach*, sehingga data diperoleh baik dari kepustakaan, dukungan pengamatan maupun wawancara.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data primer berupa angka atau pun hasil wawancara dan pengamatan hanyalah sebagai pendukung

data sekunder saja. Data sekunder yang digunakan adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

III. Hasil dan Pembahasan

3.1. Perlindungan Hukum selama masa pandemic covid 19 yang diterapkan bagi UMKM

Sebelumnya, UU UMKM menggunakan kriteria UMKM yang didasarkan pada kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, namun kriteria ini diubah melalui UU Cipta Kerja. Dalam UU Cipta kerja, ukuran yang digunakan adalah berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Sebanyak 49 aturan turunan dari UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja telah diundangkan pada 2 Februari 2021. Di antara 49 aturan turunan tersebut, salah satu aturan yang diundangkan adalah Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Peraturan Pemerintah/PP No. 7/2021).

Melalui PP tersebut, ditetapkan kriteria terbaru untuk suatu usaha dapat diklasifikasikan sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ketentuan dalam PP 7/2021 merupakan ketentuan lebih lanjut sesuai dengan amanat dari Pasal 87 angka 1 UU Cipta Kerja yang mengubah ketentuan kriteria UMKM dari UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM).

Kriteria terbaru UMKM berdasarkan Pasal 35 ayat (3) PP 7/2021 adalah sebagai berikut: Kriteria Modal usaha Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih Rp1 – 5 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Menengah memiliki modal usaha Rp5 – 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat. Meskipun begitu, terdapat pengecualian untuk tidak menggunakan kriteria modal usaha. Dalam hal pengecualian tersebut, yang digunakan adalah kriteria hasil penjualan tahunan. “Dalam hal pelaku usaha telah melaksanakan kegiatan usaha sebelum Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku, pemberian kemudahan, pelindungan, dan pemberdayaan diberikan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memenuhi

kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (5),” demikian bunyi Pasal 35 ayat (6) PP 7/2021.

Adapun kriteria hasil penjualan tahunan yang dimaksud dalam Pasal 35 ayat (6) PP 7/2021 adalah sebagai berikut: Usaha Mikro Memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2 miliar. Usaha Kecil Memiliki hasil penjualan tahunan Rp2 -15 miliar. Usaha Menengah Memiliki hasil penjualan tahunan Rp15-50 miliar.

Berdasarkan Pasal 36 ayat (1) PP 7/2021, untuk kepentingan tertentu, kementerian/lembaga dapat menggunakan kriteria omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha.

Terkait Pendirian Perseroan untuk UMK pada Pasal 154 A Omnibus Law sebenarnya telah jelas dinyatakan bahwa: (1) Perseroan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro dan Kecil dapat didirikan oleh 1 (satu) orang, (2) Pendirian Perseoran untuk Usaha Mikro dan Kecil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan berdasarkan surat pernyataan pendirian yang dibuat dalam Bahasa Indonesia, (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pendirian Perseroan untuk Usaha Mikro dan Kecil diatur dalam Peraturan Pemerintah: a) Keringanan Biaya Pendirian Badan Hukum.

Pasal 153 I dinyatakan bahwa: (1) Perseroan Usaha Mikro dan Kecil diberikan keringanan terkait pendirian badan hukum, (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai keringanan biaya Perseroan untuk Usaha Mikro dan Kecil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang penerimaan negara bukan pajak.

Dengan adanya ketentuan yang membebaskan para pendiri Perseroan UMK untuk menentukan modal dasarnya sendiri, sangat memudahkan UMK dalam hal mendapatkan status badan hukum sehingga dapat mendorong pertumbuhan UMK itu sendiri. Kemudahan berusaha yang digencarkan oleh pemerintah untuk mendorong pertumbuhan UMK juga dituangkan dalam ketentuan Pasal 153A hingga Pasal 153J, yaitu:

1. Perseroan yang memenuhi kriteria UMK dapat didirikan oleh 1 (satu) orang;
2. Pendirian Persero UMK dilakukan berdasarkan Surat Pernyataan Pendirian yang dibuat dalam Bahasa Indonesia;

3. Kepemilikan saham Perseroan UMK yang didirikan oleh 1 (satu) orang dapat dialihkan kepada pihak lain;
4. Pemegang Saham Perseroan UMK merupakan orang perseorangan;
5. Pendiri Perseroan hanya dapat mendirikan PT UMK sejumlah 1 (satu) Perseroan UMK dalam 1 (satu) tahun;
6. Direktur atau Direksi Perseroan UMK wajib membuat laporan keuangan.
7. Apabila modal Perseroan UMK melebihi ketentuan kriteria UMK dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, maka Perseroan UMK harus mengubah statusnya menjadi Perseroan;
8. Perseroan UMK dibebaskan segala biaya terkait pendirian badan hukum.

Selain penderhanaan administrasi baik pada UU Cipta Kerja dan turunannya, UMKM perlu naik kelas, jangan hanya pada tingkat kesiapan teknologi (tkt) 1-3, namun harus mampu naik ke tingkat kesiapan teknologi (tkt) 4-6, dengan digitalisasi dan pemilikan HKI. *Branding* tanpa ini serasa tidak mungkin, tentu saja harus ada peningkatan kualitas produk, desain yang atraktif, produk makin inovatif dan berbasis IT. Terlebih dahulu UMKM harus dibekali dengan *legal entity*. Teknologi informasi memegang peran penting, mengkomersilkan sesuatu yang mungkin sederhana menjadi unik dan unggul. Jamu maupun wedang uwuh yang semula hanya dikenal dengan jamu gendong, bisa merambah setiap hotel di Solo sebagai *welcome drink*. Sesuatu yang unik, dikembangkan dan dipromosikan dengan IT dan dikomersilkan dengan *e commerce* dan dukungan budaya masyarakat serta kearifan local, tentu memberi nilai tambah untuk “PD” *to think global*.

Manajemen UMKM dan strategi pemasaran juga memerlukan perubahan *mindset*, tidak hanya harus sudah lengkap legalitasnya, diperlukan *mindset: from ‘so what’ to ‘social’*, yang peneliti sependapat dengan Kasian Lew (2014:36) merupakan:... *look at how factors in the broader environment contribute to anti social mindset: traditional business practices, the unprecedented, accelerating speed of change, high uncertainty and ambiguity, and fear.*”

Selama ini pelaku UMKM memproduksi dan melestarikan secara turun temurun bersama keluarga, belum *dipromote and protect* dengan benar, serta belum diunggulkan sebagai produk *brandmark* masyarakat

indigenous yang mengangkat kearifan lokal. Sependapat dengan Barr (2017: 176) “*A high performance culture is an output, not an input. Culture is an outcome of, not an input to, organisational performance.*”

Dukungan pemerintah terurai dalam 6 tindakan yang bisa dikualifikasi dalam 3 kebijakan yakni restrukturisasi kredit UMKM, kredit modal kerja dan dukungan lainnya, yang pelaksanaannya bekerjasama dengan OJK. Restrukturisasi meliputi relaksasi penilaian kualitas asset, penundaan pokok dan subsidi bunga. Kemudian terkait modal kerja meliputi kredit modal kerja berbunga murah, dan penjaminan kepada Askrindo dan Jamkrindo. Lainnya berupa insentif pph final, dan banpres produktif usaha mikro.

Pandemi Covid-19 mengubah Perilaku Konsumen dan Peta Kompetisi Bisnis yang perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha akibat adanya pembatasan kegiatan. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis yaitu *Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low-Mobility*.

Dengan begitu, pelaku usaha termasuk UMKM perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka juga dapat menumbuh-kembangkan berbagai gagasan/ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi (*social entrepreneurship*).

3.2. Pemberdayaan selama masa pandemic covid 19 dalam upaya mengangkat kepentingan UMKM

Bagus Dwi Budiantoro salah satu staf Dinas Koperasi UKM Yogyakarta (Wawancara 23 Mei 2021) terkait penguatan kelembagaan UMKM setelah UU Cipta Kerja, menurutnya pengesahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja membawa keberkahan bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dikarenakan memberikan kemudahan, perlindungan serta pemberdayaan kepada UMKM merupakan salah satu tujuan UU Cipta Kerja. Salah satu pasal yang menguatkan kelembagaan UMKM yaitu pasal 87 UU yang semakin mempermudah perizinan, membuka akses pembiayaan dan memberikan perlindungan. Pasal 91, perizinan usaha UMKM akan lebih sederhana dan

mudah. Pasal 88-90, akses, dukungan dan perlindungan UMKM untuk bermitra dan bekerja sama dengan industri. Pasal 96-104, mewajibkan Pemerintah dan dunia usaha untuk memberikan pedampingan dalam meningkatkan kapasitas UMKM.

Manfaat Undang-Undang Cipta Kerja untuk UMK selain perizinan tunggal bagi UMK melalui pendaftaran; juga memberikan insentif dan kemudahan bagi usaha menengah dan besar yang bermitra dengan UMK; pengelolaan terpadu UMK melalui sinergi dengan pemangku kepentingan; insentif fiskal dan pembiayaan untuk pengembangan dan pemberdayaan UMKM, serta pemerintah memprioritaskan penggunaan DAK untuk mendanai kegiatan pengembangan dan pemberdayaan UMKM.

UU Cipta Kerja menjawab masalah utama Koperasi dan UMKM untuk tumbuh besar dengan cara mempermudah para pelaku UMKM dalam mengakses pembiayaan, pasar, pengembangan usaha, dan perizinan. Dengan adanya kemudahan tersebut kemampuan UMKM dalam penyerapan tenaga kerja akan semakin besar. UU Cipta Kerja juga memberikan penguatan dan proteksi terhadap persaingan dengan usaha besar, dan juga pemberian jaminan kredit program tidak harus berupa aset, tetapi kegiatan UMKM dapat dijadikan jaminan kredit.

Program PEN untuk mendukung UMKM pada tahun 2020 tercatat telah berhasil menjadi dukungan bagi dunia usaha, khususnya bagi sektor informal dan UMKM untuk bertahan dalam menghadapi dampak pandemi. Pemerintah juga terus berupaya mendorong para pelaku UMKM untuk *on board* ke platform digital melalui Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), di mana hingga akhir 2020 sudah terdapat 11,7 juta UMKM *on boarding*.

Pada saat pandemic ini semua berfokus pada pemulihan ekonomi, kadang aspek hukum diabaikan seperti halnya perlindungan produk seperti kembali sebelum *branding* (yang penting laku), legalitas usaha dan perlindungan konsumen. Budaya memenuhi protocol kesehatan menjadi dinomorduakan. Perlu juga dikaji strategi untuk melindungi dan mengangkat produk lokal UMKM ini sehingga memiliki daya saing. Menurut Peter & Olson (2010), "*because consumers cannot buy a brand unless they are aware of it, brand awareness is general communication goal for all*

promotion strategies.” Produk harus dipromosikan, didaftarkan merek dagangnya dan digunakan terus menerus produk tersebut baik oleh lapisan bawah maupun atas (bangga menggunakan produk tersebut).

Menurut Cravens & Piercy (2009): “*Types of Innovations: (1) Transformational innovation, that are radically new and the value created is substantial. (2) substantial innovation, products that are significantly new and create important value for customers. (3) Incremental innovations, new products that provide improved performance or greater perceived value.*”

Diperlukan inovasi dan manajemen yang baik dalam *branding* produk, agar selalu menarik pasar untuk memiliki produk yang diluncurkan. UMKM yang berjiwa wira usaha sebagai *innovator* sekaligus *leader* dalam pengembangan produk, harus mengelola dengan tangguh kinerja capaian yang diinginkan. Menurut Ries (2014: 12) “. *Internal or external, in my experience start up teams secure resources require three structural attributes: scarce but secure resources, independent authority to develop their business, and personal stake in the outcome.*”

Menurut Leland (2016:10) terkait, “*The new branding and marketing mindset and Myths, specifically I m going to take creative licence with the words: branding, marketing, promotions adn public relations.*” Selanjutnya Leland (2016:11) juga berpendapat bahwa, “*Once you understand (and embrace) the powerful shifts in branding and marketing that are going on in today’s digital world, you’ll be itching to jump headlong into becoming a branding big shot in your field. Not so fast.*”

Sekali lagi, perlu ditekankan, para produsen yang notabene pelaku UMKM harus berubah *mindset* dari konvensional menuju wira usaha moderen, banyak *unicorn* bermunculan, gerai bertebaran di seluruh pelosok, namun harus diimbangi mental mengunggulkan produk kreatif inovatif, kearifan lokal dan berbasis informasi teknologi, mengingat era digital telah melingkupi seputar UMKM. Menurut Isson dan Harriott (2016:332-333) Inovasi sangat penting, namun berisiko dalam pasar yang dinamis karena adanya ketidakpastian tentang kemajuan produk atau layanan ketika menggunakan teknologi baru pada lingkungan pasar yang tidak pasti. Dalam kondisi ini, seorang pelaku bisnis dituntut mampu menggunakan berbagai alat dan teknik untuk membantunya berinovasi

lebih efektif dengan probabilitas keberhasilan yang lebih besar. Literatur pengembangan produk baru menawarkan beberapa alat untuk membantu.

Menurut Gary S. Lynn & Ekgun (1998: 11-18) "*The tools used are based on one of six strategic innovations consisting of process, speed, learning, market, technology and quantitative. But it must be noted that it is uncertain which strategy should be used and when.*"

Pada beberapa kasus bisnis, inovasi juga melalui proses non linier, di mana tidak berhasil dari awal dan hampir gagal beberapa kali, namun berkembang seiring waktu dan masih berkembang seperti kasus Nespresso yang berhasil dengan penerapan strategi yang terdapat kombinasi unik dari konsep inovasi dan keunggulan kompetitif (Alexander Brem dkk, 2016: 133-148).

Inovasi produk tentu bertujuan untuk menghasilkan keuntungan maksimal, oleh karena itu secara keseluruhan baik inovasi (proses dan pasar), Inovasi organisasi dan inovasi perilaku harus seimbang. Oleh karena itulah perlu upaya strategi secara keseluruhan yang dapat meningkatkan inovasi dan keunggulan bersaing produk UMKM, dan dicapai melalui pemberdayaan yang *promote, protect and advance*.

Pemberdayaan haruslah membangun ketangguhan dan kemandirian UMKM di masa pandemic dan pasca pandemic harus didukung oleh pemerintah apalagi untuk digitalisasi dan survive juga diperlukan inovasi dan komersialisasi. UMKM perlu didampingi dan difasilitasi, namun harus tetap diupayakan pemberdayaan agar tumbuh kemandirian. UMKM harus naik kelas baik dengan digitalisasi maupun dengan hak kekayaan intelektual. Perlu komersialisasi dengan branding, perlindungan hukum dan penegakan hukum. Sandiaga Uno Kemenparekraf RI dalam webinar Think "IP & SME's: Taking Your Ideas to Market" 26-4-2021 menyatakan bahwa Program Kemenparekraf adalah memfasilitasi 8900 UMKM dalam pendaftaran kekayaan intelektual, memberikan akses kemudahan produk ekonomi kreatif agar bisa bangkit, pulih dan berkembang. Program lain adalah membantu lisensi, waralaba, *co branding* dan alih teknologi serta penciptaan nilai tambah. Kementerian Koperasi dan UMKM RI menurut Hanung pada kesempatan yang sama juga menyatakan telah memfasilitasi 11 ribuan lebih pendaftaran HKI produk UMKM. dia menambahkan bahwa

UU Cipta Kerja mengamanahkan 30 persen minimal dari fasilitas public seperti rest area, bandara harus diisi gerai UMKM, tentu perlu kerjasama dengan pihak terkait dan di sisi lain produk UMKM harus didaftarkan mereknya, agar mampu *branding* dengan iklim kondusif ini. Freddy Haris KemenkumHAM RI menyatakan tentang peran Pemda dalam tiga tahun terakhir ini sudah consent dengan perlindungan HKI, peran penting peran Pemda khususnya untuk (1) UMKM dan (2) *Geographic Indication*.

Untuk naik kelas ini tentu perlu keberpihakan yang makin konsisten dari pelbagai pihak, juga pendampingan tiada henti. Jangan lelah untuk berkarya dan membantu UMKM kita. Tentu harus ada proaktif dan kreatifitas dari para pelaku UMKM itu sendiri, juga wadah organisasinya untuk menjadi tempat aspirasi dapat ditampung dan diwujudkan Bersama.

Para inovator muda didorong untuk mendukung digitalisasi usaha mikro, kecil dan menengah melalui program Pahlawan Digital UMKM. Hal tersebut digagas demi mendorong transformasi digital di kalangan pelaku UMKM yang pada akhirnya dapat membantu sektor tersebut bertahan di tengahpandemic(<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201112150816-97-569036/digitalisasi-umkm-dinilai-jadi-solusi-di-tengah-pandemi> diakses 28 Mei 2021).

Kementerian Koperasi UKM RI sendiri memiliki strategi pengembangan digitalisasi UMKM dalam 4 tahap, pertama, meningkatkan Sumber Daya Manusia dengan mempersiapkan pelaku usaha UMKM agar kapasitasnya bisa meningkat. Kedua, mengintervensi perbaikan proses bisnisnya yang diturunkan ke dalam beberapa program. Ketiga adalah perluasan akses pasar yang salah satunya juga Kemenkop UKM bekerja sama dengan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) agar pelaku UMKM bisa menjadi vendor pengadaan barang dan jasa pemerintah, dan yang keempat adalah mengglorifikasi pahlawan lokal pelaku UMKM. Pahlawan lokal pelaku UMKM ini syaratnya adalah, pemantik, pemberdaya, punya *brand* yang kuat, dan secara keseluruhan mampu mengagregasi usaha Mikro dan Kecil untuk berlabuh ke platform digital ataupun ke pasar internasional (ekspor) nantinya (<https://www.merdeka.com/uang/4-strategi-pemerintah-dorong-digitalisasi-umkm.html> diakses 28 Mei 2021)

Kinerja UMKM pasca pandemic dan pasca omnibus law, diharapkan pulih kembali, menyeruak hingga menembus ekspor. Digitalisasi dan HKI tidak bisa ditawar lagi. Yandra Arkeman menyarankan pelaku usaha UMKM agar membekali diri dengan pengetahuan dan ketrampilan teknologi digital, sesuai dengan perkembangan zaman. Agar dapat melakukan transformasi digital dengan baik, maka perlu dilakukan pendekatan yang bersifat selektif dan bertahap. Tidak semua aspek bisnis UMKM perlu didigitalisasi sekaligus, namun harus dicari beberapa aspek yang menjadi prioritas saat ini. Bisa dimulai dari yang paling sederhana, kemudian menggunakan teknologi digital standar, baru selanjutnya menggunakan teknologi digital maju (*advanced*) seperti kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence (AI)* dan *blockchain*. Jadi derajat digitalisasi atau *degree of digitalization* yang akan diterapkan sangat tergantung pada penguasaan teknologi dan sumber daya keuangan UMKM. Kalau dikaji secara mendalam, maka ada beberapa aspek bisnis yang seharusnya menjadi prioritas untuk digitalisasi UMKM saat ini. Aspek yang pertama adalah *e-commerce* atau pemasaran *online*. Hal ini sudah menjadi keharusan untuk meningkatkan daya saing UMKM, apalagi di saat pandemi Covid-19 sekarang ini (Digitalisasi UMKM Perlu Dilakukan Secara Bertahap <https://investor.id/finance/digitalisasi-umkm-perlu-dilakukan-secara-bertahap>, diakses 28 Mei 2021).

Handayani Ketua UMKM Wedang Uwuh DIY (wawancara tanggal 20 Agustus 2021) menyatakan saat ini tengah inovasi produk, dibantu program CSR salah satu bank BUMN, namun tidak semua anggotanya diikutsertakan. Bantuan program lebih banyak melalui perkumpulan yang sudah berbadan hukum. Dia tidak ingin berurusan dengan bank dalam artian pinjam modal, karenaa tidak ingin punya utang. Teman-temannya di perkumpulan juga punya mindset yang sama, daripada nantinya ditagih daan menjadi kredit macet, lebih baik tidak bankable, mereka lebih suka jika ada CSR atau bantuan gratis baik berupa mesin maupun fasilitasi merek, ijin edar, halal atau pun lainnya.

Jadi menurut penulis, berilah kesempatan UMKM untuk maju, dengan:

1. regulasi dan keberpihakaan dari pusat hingga daerah untuk makin melindungi;

2. lengkapi dan fasilitasi semua perijinan dan legalitas yang diperlukan;
3. pemberdayaan untuk tumbuhkan kemandirian dan kepercayaan diri dengan bekal HKI dan digitalisasi;
4. fasilitasi komersialisasi tidak hanya di rest area, hotel, mall, namun uji coba produk ekspor dengan menekankan unik khas daerah di Indonesia dan mutu produk;
5. membuat pionir incubator bisnis pada masing-masing perkumpulan UMKM dan signifikansi dengan kemampuan IT, link pariwisata, parekraf dan kominfo serta dinas lain seperti perdagangan dan pemda.

Irma pengurus perkumpulan UMKM Bantarsari Bogor Jawa Barat 10 Juli 2021 menyatakan bahwa jumlah UMKM yang ada di desa Bantarsari adalah 384 orang. Masih banyak yang skala mikro, demikian juga hanya beberapa orang yang punya label Pirt dan halal. Merek belum terdaftar semua, pelaku UMKM sedang bersiap untuk mendapatkan fasilitasi ini. Mereka ingin dibantu juga untuk mendobrak perijinan di masa pandemi ini. Mayoritas omzet turunnya sekitar 50%. Untuk bantu membuat PIRT juga sangat panjang prosesnya. NIB/ Nomor ijin Berusaha saja yang bisa online. Ijin kementerian koperasinya terkait harus survey tempat produksi perlu dibantu.

Rahmad Bukhari Muslim kepala Desa Ciseeng Bogor (25 Maret 2021) sekaligus menyuarakan suara hati /aspirasi UMKM di wilayahnya, menyatakan bahwa kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah maupun pemda selama pandemic adalah social distancing, protocol Kesehatan, meniadakan kegiatan yang mengundang banyak massa, meningkatkan ketahanan pangan, dan penyuluhan vaksinasi. dalam hal penerapannya cukup efektif tetapi ada juga yang kurang respon. kendala utama di masa pandemic adalah pada lini perbaikan ekonomi, karena tidak sedikit warga yang terkena PHK sehingga kehilangan penghasilan dan tentu menurunnya kemampuan daya beli masyarakat sehingga sektor usaha menengah ke bawah banyak yang gulung tikar. untuk penguatan kelembagaan, menurutnya khusus dalam menunjang legalitas UMKM, pemerintah sudah tepat dengan melonggarkan perijinan bagi UKM dan sertifikasi halal.

Harapannya adalah dengan ingin lebih diberikan pembinaan dan bantuan modal (pinjaman) bagi UKM yang tidak memberatkan UKM itu sendiri Khadijah sambal, Brebes 12 Juli 2021 makin semangat di tengah sepi nya pembeli dan melonjaknya corona. Subandi gelora bakti dan asmamitra 20-2-21 menyatakan usaha pribadi saya semenjak pandemi jalan 40 %. HERI DISDAG 26-2-21 menyatakan Disdag terus mendampingi sepenuh hati membantu strategi promosi UMKM, sehingga UMKM bisa naik kelas, maju dan Sukses kedepannya. Selama ini Dinas Perdagangan dalam kebijakan memberikan pelatihan pelatihan yang berguna untuk meningkatkan kemampuan UMKM ekspor juga impor dan juga memberikan pelatihan pelatihan yang menunjang kearah UMKM yngg mandiri dan berdaya saing dan mempunyai nilai tawar lebih ditingkat kabupaten juga regional dan ke arah nasional bahkan internasional.

Mei Ketua ASMAMITRA DIY (Wawancara tanggal 22 Juni 2021 di Yogyakarta) menyatakan produksi tetap laku meskipun sangat sepi. Heri diskop UKM juga menimpali pada saat pelatihan tata Kelola ekspor, tidak henti-hentinya dinas mendampingi. Daya beli sepertinya belum bangkit normal, sehingga UKM masih belum pulih saat ini. Perlu bantuan pemerintah dan banyak pihak untuk bersama-sama membenahi UMKM Indonesia.

Dalam agenda FGD Kesiapan UMKM dalam Terobos Ekspor, 10 Juli 2021, Dewi Perwitasari kepala BBPOM DIY menyatakan perlu komitmen para pihak untuk memajukan UMKM ini. Theresia Sumartini pada tgl 22 Juni 2021 dan lanjut 10 Juli juga mengatakan bahwa untuk bantu pelaku UMKM harus terus menerus, sampai mampu mandiri dan jika mungkin didampingi hingga ekspor. Irwan santosa notaris Jakarta Timur pada kesempatan itu juga menyatakan kesiapan membantu pelaku UMKM ini. Chandra Yusuf menyatakan perlu peran atase perdagangan untuk memajukan ekspor dan mengandalkan keunggulan produk UMKM Indonesia.

IV. Kesimpulan Dan Saran

4.1. Kesimpulan

1. Terkait Kebijakan dan regulasi selama pandemic, telah diberlakukan UU Cipta Kerja dan turunannya, juga kebijakan pemulihan ekonomi nasional

(PEN); namun dalam pelaksanaannya hingga saat ini belum cukup membantu pelaku UKM yang cenderung ingin segera tumbuh dan bangkit kembali produksinya dan pemasarannya. Perlu keberpihakan dan pendampingan terus menerus selain bukti nyata fasilitas.

2. Penerapan kebijakan bagi UMKM di masa pandemic belum sesuai dengan harapan pemenuhan kepentingan UMKM untuk segera pulih dan bangkit dikarenakan
 - a. Pada prakteknya untuk perijinan seperti pendirian PT perseorangan perlu difasilitasi dan didampingi, demikian pula terkait NIB serta legal produk lainnya, serta perlu sosialisasi khususnya pada perolehan merek daan halal dengan fasilitas gratis, agar tidak dibaatasi karena selama ini dibatasi per wilayah atau daerahnya. Para UMKM utamanya UKM ingin fasilitasi jemput bola.
 - b. Terkait program pemulihan ekonomi nasional, banyak UMKM merasa tidak perlu bersinggungan dengan Bank, karena khawatir akan memiliki utang, namun jika merupakan program CSR, maka UMKM akan dengan senang hati menerimanya, namun sayang sekali akses CSR ini belum banyak dibumikan oleh Perbankan BUMN atau lainnya yang menyentuh langsung pada pemulihan UMKM.
 - c. Terkait kebijakan khusus yang diterapkan di masa pandemic yang sesuai dengan aspirasi UMKM antara lain: (1) Penerapan prokes dengan baik, (2) Sistem padat karya, (3) Kebijakan untuk gunakan produk daerah (bangga memakai produk daerah tersebut).

4.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Kepada Pemerintah, diharapkan lebih membumikan pemulihan ekonomi dengan fasilitasi legalitas dan penguatan kelembagaan UMKM, dan memfasilitasi serta mendampingi hingga akar dasar permasalahan teknisnya. Perlu keberpihakan dan uluran tangan stakehoders agar UMKM makin terlindungi dan berdaya guna.
2. Kepada Perkumpulan UMKM, diharapkan revitalisasi peran agar mampu bersama-sama saling menopang, mendukung dan melindungi kepentingan anggotanya.

Daftar Pustaka

A. Buku

- Barr, S. 2017. *How to create a high performance culture and measurable success. Prove it.* New Jersey: John Wiley & Sons. Hoboken.
- Brem, A., Maximilian, M. & Wimschneider, C. 2016 "Competitive advantage through innovation: the case of Nespresso", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 19 No. 1, <https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2014-0055>
- Isson, Jean Paul, Jesse S.Harriott, *People Analytics in The Era of Big Data*, 2016, John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Marketing Management*, Edinburgh Gate England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P.& Armstrong, G. 2016 *.Principles of Marketing*, sixteenth edition, Edinburgh Gate England: Pearson Education Limited,
- Leland, K.T. 2016. *The Brand Mapping Strategy*, USA: Entrepreneur Press
- Lew, D.K. 2014. *The social executive*. McDougall, Australia: John Wiley Sons
- Lynn, G.S., & Akgün, A.E. 1998. "Innovation Strategies under Uncertainty: A Contingency Approach for New Product Development." *EMJ - Engineering Management Journal* 10 (3): 11–18. <https://doi.org/10.1080/10429247.1998.11414991>.
- Ries, Eric, 2014, *The Lean Start Up*,.Crownpublishing, New York, USA

B. Peraturan Perundang-undangan

- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM).
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah
- Keppres 11 tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).

C. Sumber lain

- e-tutorial.dgip.go.id/wp-content/uploads/brosur/panduan-2012.pdf, diakses pada 9 Januari 2014

- <https://covid19.go.id/p/berita/lima-skema-perlindungan-dan-pemulihan-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19> diakses 11 Agustus 2020
- <https://theconversation.com/bantuan-utang-untuk-umkm-selama-pandemi-tidak-tepat-sasaran-5-cara-untuk-memperbaikinya-140730> diakses 1 September 2020
- <https://theconversation.com/bantuan-utang-untuk-umkm-selama-pandemi-tidak-tepat-sasaran-5-cara-untuk-memperbaikinya-140730> diakses 1 September 2020
- <https://www.beritasatu.com/whisnu-bagus-prasetyo/ekonomi/664255/pemerintah-perkuat-dukungan-untuk-umkm-hadapi-pandemi> diakses 1 September 2020
- <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5ed8e7c998566/ini-bentuk-dukungan-pemerintah-terhadap-umkm-di-tengah-pandemi/diakses> 1 September 2020
- <https://www.scribd.com/document/328163937/Teori-Kearifan-Lokal> diakses 14 Juni 2017