

DAMPAK PEMASARAN TERHADAP UMKM KERAJINAN KAYU JATI SAAT PANDEMI COVID-19 DI DESA BATOKAN KECAMATAN KASIMAN KABUPATEN BOJONEGORO

Vivi Listyawan¹⁾, Ifa Khoiria Ningrum²⁾, Junarti³⁾

¹Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro
vivilistyawan33@gmail.com

²Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro
nifakhoiria@gmail.com

³Fakultas Pendidikan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, IKIP PGRI Bojonegoro
junarticepu@gmail.com

ABSTRACT

The covid-19 pandemic has a big impact on many sectors. Government policies related to pandemics have hampered daily activities until the buying and selling activities carried out by micro, small and medium enterprises (MSMEs). The role of MSMEs is very important to see the economic crisis that can be caused by this pandemic. Therefore, direct contribution from the government and the community is required in building MSMEs. This study aims to find out the marketing conditions of MSMEs kerajina teak wood in batokan village District Kasiman Bojonegoro district during the pandemic covid-19, and whether there are significant changes felt by businesses before the time of covid-19 pandemic. The method used is qualitative with descriptive analysis. Data collection techniques in this study with interview methods, observations and documentation. To know the validity of the data using source triangulation and triangulation method. The results showed that the marketing of MSMEs wood handicrafts during the pandemic covid-19 took place in terms of the quality of goods tetap the same or no change in product quality, in terms of price also remains the same no price change, in terms of distribution experienced a reduction in distribution locations and a decrease in the number of distributions during the covid-19 pandemic occurred and in terms of promotion did not experience changes in the promotion system or continue to use the offline system during the covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19, Marketing, MSMEs

ABSTRAK

Pandemi covid-19 berdampak besar bagi banyak sektor. Kebijakan pemerintah terkait pandemi telah menghambat aktivitas sehari-hari hingga aktivitas jual beli yang dilakukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Peran UMKM sangatlah penting melihat krisis ekonomi yang dapat diakibatkan oleh pandemi ini. Maka diperlukan kontribusi langsung dari pemerintah serta masyarakat dalam membangun UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pemasaran UMKM kerajina kayu jati di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro saat pandemi covid-19 berlangsung, dan apakah ada perubahan signifikan yang dirasakan pelaku usaha sebelum dengan saat pandemi covid-19 berlangsung. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk mengetahui keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran UMKM kerajinan kayu saat pandemi covid-19 berlangsung dalam segi kualitas barang tetap sama atau tidak ada perubahan kualitas produk, dalam segi harga juga tetap sama tidak ada perubahan harga, dalam segi distribusi mengalami pengurangan lokasi distribusi dan penurunan jumlah distribusi saat pandemi covid-19 terjadi dan dalam segi promosi tidak mengalami perubahan sistem promosi atau tetap menggunakan sistem offline selama pandemi covid-19 berlangsung.

Kata Kunci : Covid-19, Pemasaran, UMKM

PENDAHULUAN

Virus corona yang masuk di Indonesia pada awal bulan maret 2020 menyebabkan kelumpuhan pada sektor ekonomi, kesehatan, pariwisata, perdagangan juga investasi. Menurut *World Health Organization* (WHO) virus corona yang menginfeksi pernafasan menyebabkan flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Informasi dari Kementerian Kesehatan Indonesia perkembangan kasus *covid-19* di Wuhan berawal pada tanggal 30 Desember 2019 di Wuhan *Municipal Health Committee* mengeluarkan pernyataan "*urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause*". (Silpa 2020)

Peningkatan jumlah kasus corona terjadi dalam waktu singkat dan membutuhkan penanganan segera. Virus corona dapat dengan mudah menyebar dan menginfeksi siapapun tanpa pandang usia. Virus ini dapat menular secara mudah melalui kontak dengan penderita. Sayangnya hingga kini belum ada obat spesifik untuk menangani kasus infeksi virus corona atau *covid-19*. Karena alasan inilah pemerintah di beberapa negara memutuskan untuk menerapkan *lockdown* atau isolasi total atau karantina (Mona, 2020). Upaya pencegahan penyebaranpun dilakukan dan dikampanyekan. Setidaknya ada dua cara yang menjadi kunci pengendalian penularan dan penyebaran *covid-19* yaitu dengan menjaga jarak dan rajin mencuci tangan dengan sabun dan memperbanyak *wastafel portable* yang diadakan secara mandiri oleh masyarakat. Pemerintah pun akhirnya melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengkampanyekan *Stay at home*. Sektor UMKM pun terdampak parah. Berdasarkan data dari kementerian koperasi yang memaparkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (Antara, Mei 2020).

Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang sangat berdampak oleh penyebaran pandemi *Covid-19* serta usaha mikro, kecil dan menengah memiliki peran yang sangat strategis bagi perekonomian Indonesia, maka dari pada itu ini merupakan hal yang sangat penting untuk kita teliti, sejauh manakah sektor UMKM ini berdampak terutama terhadap pendapatannya, sebelum pandemi ini merebak ke seluruh Negara Negara Eropa dan Asia. Dengan di terapkannya beberapa himbauan oleh pemerintah Indonesia seperti *social distancing*, *fisical distancing* serta toko-toko dan UMKM selain bahan kebutuhan pokok awalnya tidak di izinkan buka untuk memutus rantai penyebaran *Covid 19*. Dari observasi awal hal tersebut peneliti mengira akan menyebabkan pendapatan sektor UMKM mengalami penurunan pendapatan. Tidak terlepas juga di wilayah desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro Salah satunya yang terjadi di daerah desa Batokan Kecamatan Kasiman Kabupaten Bojonegoro, daerah yang terkenal akan kerajinan kayu jatinya ini merasakan dampak adanya pandemi *Covid-19* yang terjadi terutama dalam segi pemasaran, adanya pandemi *covid-19* membuat para pelaku usaha kerajinan kayu jati mengalami dampak dalam memasarkan produknya karena minat beli masyarakat tidak setinggi sebelum pandemi *covid-19* terjadi.

Akibat menurunnya pemasaran membuat omset penjualan pun juga ikut menurun pada saat pandemi *covid-19* berlangsung. Karena sebelum munculnya pandemi *covid-19* di wilayah desa Batokan pengrajin kayu jati masih mengalami kelancaran terutama dalam segi pemasaran. Dalam menjalankan usaha, menawarkan produk sangat penting agar produk mudah dikenal masyarakat. Jika kualitas produk yang dihasilkan dan ditawarkan kepada konsumen baik, maka suatu usaha akan berjalan lancar dan akan memberikan keuntungan yang tinggi.

Pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan, klien,

2. JURNAL PENDIDIKAN EDUTAMA, Agustus, 2021

rekan, dan cakupan sosial yang lebih luas dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan, Kotler dan Keller (2016:27). Menurut Kotler & Keller (2016:48) menjelaskan dan mengklasifikasikan bauran pemasaran atau marketing mix sendiri adalah seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu product (produk), price (harga), place (tempat) dan promotion (promosi)

Desa Batokan merupakan salah satu desa yang mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai pengrajin kerajinan kayu jati. Kehadiran usaha kerajinan kayu jati ini sudah ada sejak lama sebagai salah satu jenis usaha masyarakat yang dilakukan perorangan atau keluarga, disamping usaha lain seperti pertanian. Industri kerajinan kayu jati ini dipilih masyarakat sebagai usaha untuk menambah pendapatan masyarakat karena keahlian yang dapat mudah dipelajari, alat yang digunakan cukup mudah didapatkan serta tidak membutuhkan lahan usaha yang cukup luas karena pengrajin kayu jati dapat memproduksi di rumah mereka masing-masing.

Dalam suatu industri tidak dapat terlepas dari pemasaran. Dalam memproduksi suatu barang untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas maka diperlukannya pemasaran dalam usaha. Dalam menjalankan usaha, menawarkan produk sangat penting agar produk mudah dikenal masyarakat. Jika kualitas produk yang dihasilkan dan ditawarkan kepada konsumen baik, maka suatu usaha akan berjalan lancar dan akan memberikan keuntungan yang tinggi. Strategi pemasaran diperlukan supaya suatu usaha dapat berjalan dengan maksimal. Namun, pandemi *covid-19* memberikan dampak terhadap proses pemasaran. Sehingga pemasaran menjadi terhambat yang mengakibatkan usaha mengalami kerugian.

Mengingat pandemi *covid-19* ini belum tahu juga kapan akan berakhir lewat penelitian ini bertujuan mengetahui kondisi pemasaran UMKM kerajinan kayu jati di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro

saat pandemi *covid-19* berlangsung, dan diharapkan dapat membantu mendeskripsikan permasalahan-permasalahan secara mendetail guna dapat memberikan solusi yang tepat khususnya dalam segi pemasaran bagi pengusaha kerajinan kayu jati di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro dalam mempertahankan usaha dan meningkatkan pemasaran selama pandemi *covid-19* berlangsung.

METODE

Merujuk pada pembahasan pada Subbab Tinjauan Pustaka mengenai dampak pemasaran UMKM kerajinan kayu jati saat pandemi *covid-19* berlangsung, dalam makalah ini dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam hal ini berarti dilakukan pengumpulan data yang dapat memberikan gambaran kondisi pemasaran UMKM kerajinan kayu jati pada saat pandemi *covid*.

Instrumen pengambilan data berupa observasi secara langsung ke tempat usaha dan wawancara secara langsung dengan pelaku UMKM kerajinan kayu jati di desa Batokan. Subjek penelitian yaitu para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) kerajinan kayu jati di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro yang terdiri dari Pemilik Showroom kerajinan kayu jati dan pengrajin kayu jati rumahan. Untuk mendapatkan data primer kami melakukan wawancara dengan pelaku usaha. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui karya ilmiah dan juga jurnal yang ada pada webside resmi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pelaku UMKM kerajinan kayu jati di desa Batokan yang dilakukan secara langsung dengan datang ke tempat usaha pelaku UMKM guna mengetahui dampak pemasaran terhadap UMKM kerajinan

kayu jati di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro.

Untuk mengetahui hasil dampak pemasaran terhadap UMKM kerajinan kayu jati saat pandemi *covid-19* di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro peneliti menggunakan teori bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2011:81) yang meliputi komponen 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi).

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kotler dan Armstrong (2011:236).

Menurut Kotler dan Keller (2009:24) bauran produk terdiri atas Kualitas produk (*quality*). Kualitas yaitu seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat, kotler (1997:49). Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan hasil bahwa kualitas produk dalam UMKM kerajinan kayu jati di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro tidak mengalami perubahan kualitas produk saat pandemi *covid-19* berlangsung, dikarenakan untuk tetap selalu menjaga kualitas barang dan yang terutama tetap menjaga kepuasan pelanggan kerajinan kayu jati.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga merupakan elemen pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan dapat berubah secara fleksibel. Dari sudut pandang pemasaran, menurut Fandy tjiptono (2008:151). Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang dapat ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan hasil bahwa harga produk kerajinan kayu jati tetap sama saat pandemi *covid-19* berlangsung. Dikarenakan kualitas barang yang diproduksi tetap sama dengan bahan baku biaya produksi yang sama jadi untuk harga pelaku UMKM menetapkan dengan harga yang sama guna untuk menghindari kerugian dalam usahanya.

3. Tempat Distribusi (*Place*),

Distribusi merupakan aktivitas yang dijalankan perusahaan mendistribusikan produknya kepada konsumen sehingga produk dapat diperoleh pada tempat dan waktu yang tepat. Perantara pemasaran digunakan oleh sebagian besar produsen dalam memasarkan produk, khususnya produk berupa barang. Menurut Kotler dan Keller (2009:24) bauran tempat terdiri atas lokasi distribusi .

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan hasil bahwa lokasi distribusi pelaku usaha UMKM mengalami pengurangan tempat lokasi distribusi saat pandemi terjadi dikarenakan tempat yang biasa memesan barang dan biasa mereka mengirim barang libur untuk sementara pada saat pandemi, dan untuk lokasi-lokasi lainnya masih tetap mengirim barang tetapi juga mengalami

penurunan jumlah distribusi barang saat pandemi terjadi, mungkin yang biasanya dapat mengirim barang 2-5 kali dalam 1 bulan pada saat pandemi menjadi 1 kali dalam 1 bulannya.

4. Promosi (*promotion*),

Promosi merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan dan membujuk pasar mengenai suatu produk (barang atau jasa).

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan pada promosi pelaku usaha UMKM kerajinan kayu jati, ditemukan hasil bahwa sistem promosi pelaku usaha mengalami ketetapan atau sama dengan sistem promosi sebelum-sebelumnya / sebelum terjadi pandemi. Sistem promosi yang biasa pelaku usaha kerajinan kayu jati gunakan yaitu sistem offline, sistem offline yaitu sistem promosi dengan mengucapkan secara langsung kepada calon pembeli disaat mereka membeli secara langsung datang ke showroom / toko kerajinan kayu. Dan alasan mereka tetap melakukan promosi yang sama saat pandemi terjadi yaitu hanya secara offline saja tidak online, dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang media sosial dan kurangnya kemampuan dalam menggunakannya, dan juga kebanyakan dari mereka menjual barang dengan sistem grosiran jadi mereka sudah memiliki pelanggan-pelanggan tetap jadi tanpa harus lagi melakukan banyak promosi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Dampak pemasaran terhadap UMKM kerajinan kayu jati saat pandemi *covid-19* di desa Batokan kecamatan Kasiman kabupaten Bojonegoro, maka diketahui kondisi pemasaran pada UMKM kerajinan kayu jati

saat pandemi *covid-19* berlangsung yaitu dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Selama pandemi *covid-19* berlangsung kualitas produk kerajinan kayu jati tetap sama seperti sebelum terjadi pandemi *covid-19*.
2. Selama pandemi *covid-19* berlangsung harga kerajinan kayu jati tetap sama seperti sebelum terjadi pandemi *covid-19*.
3. Saat pandemi *covid-19* berlangsung lokasi distribusi berkurang dan jumlah barang yang distribusi mengalami penurunan dibandingkan dengan sebelum terjadi pandemi *covid-19*.
4. Saat pandemi *covid-19* berlangsung sistem promosi penjualan tetap sama yaitu dengan sistem offline, sama dengan seperti sebelum terjadi pandemi *covid-19*.

DAFTAR RUJUKAN

- Firmansyah, H. (2020). *Dampak Virus Covid 19 Terhadap Umkm*. Surabaya: Universitas Adi Buana Surabaya.
- Ihza, K. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) (Studi Kasus Umkm Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian* 1(7), 1325-1330.
- Jesika Aramana, S. S. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Pemasaran Ikan Roa Asap Di Desa Kinabuhutan Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minanghasa Utara Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*. 9(1), 78-90.
- Maya Intan Pratiwi, S. M. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm. *Jurnal Ners Volume* 4(2), 31-39.
- Nadra, I. (2020). *Analisa Pengaruh Strategi Pemasaran Dimasa Pandemi Covid-19 Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Kota Medan Dimoderasi Oleh Teknologi*. Sumatera Utara:

2.JURNAL PENDIDIKAN EDUTAMA, *Agustus, 2021*

- Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Nalini, S. N. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 4(1), 662-669.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis* 9(2), 109-120.
- Sarmigi, E. (2020). Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Kerinci. *Al-Dzahab* 1(1), 1-17.
- Sihaloho, E. D. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. Padjadjaran: Universitas Padjadjaran.
- Siti Aisyah, M. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Umkm Serta Strategi E-Marketing Umkm Di Indonesia*. Sumatera : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6(1), 51-58.
- Suryani, E. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Umkm (Studi Kasus : Home Industri Klepon Di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian* 1(8), 1591-1596.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Brand* 2(1), 147-15