

**PENGGUNAAN MARKETPLACE DALAM STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH
(UMKM) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN
BANYURIP KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

PUTRI MELINIA
NIM : 4218040

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAMWAHID PEKALONGAN
TAHUN 2022**

**PENGGUNAAN MARKETPLACE DALAM STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH
(UMKM) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN
BANYURIP KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

PUTRI MELINIA
NIM : 4218040

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMANWAHID PEKALONGAN
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Putri Melinia**
NIM : **4218040**
Judul Skripsi : **Penggunaan Marketplace Dalam Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 3 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Putri Melinia

4218040

NOTA PEMBIMBING

Happy Sista Devy, M.M
Pekajangan 10/1 Kabupaten Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr.i Putri Melinia
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

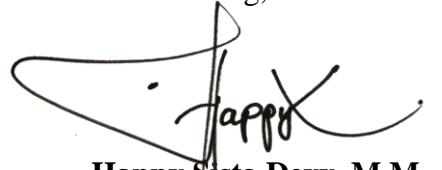
Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Putri Melinia**
NIM : **4218040**
Judul Skripsi : **Penggunaan Marketplace Dalam Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Juli 2022
Pembimbing,



Happy Sista Devy, M.M
NIP.199310142018012003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

www.febi.uingsdur.ac.id email: febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H.

Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Putri Melinia

NIM : 4218040

Judul : Penggunaan Marketplace Dalam Strategi Pengembangan Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 28 Oktober 2022 dan dinyatakan

LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Pengaji,

Pengaji I

Dr. Kuat Ismanto, M.Ag
NIP. 197912052009121

Pengaji II

Jilma Dewi Ayu Ningtyas, M.Si
NIP. 1991010920122016

Pekalongan, 28 Oktober 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik
kepadamu” (Al-Qasas:77)

“Jadilah versi terbaik menurut dirimu sendiri”

“ Tidak ada yang benar-benar mengerti kita kecuali diri kita sendiri dan pada
akhirnya yang ku pelajari hanyalah bagaimana jadi kuat sendirian”

PERSEMBAHAN

Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT. yang telah memberikan hidayahnya-Nya serta memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkahku. Untuk orang-orang yang sangat berarti yang senantiasa berada disekelilingku, mendukung, dan memberikan semangat, karenanya karya kecil ini sya persembahkan kepada:

1. Ibu saya, Ibu Camutiyati yang telah memberikan dukungan moral dan menerima segala keluh kesah saya selama penyusunan proposal hingga skripsi ini serta mendampingi saya ketika saya sedang down maupun ketika sedang bersemangat.
2. Bapak saya Bapak Junaedi yang bekerja banting tulang untuk bisa menyekolahkan saya sampai kuliah dan lulus dan yang hampir tidak pernah menolak permintaan saya ketika saya meminta sesuatu.
3. Kakak saya Syahputra serta adik-adik saya Nanda dan Sabrina yang selalu saya jadikan pelampiasan ketika saya stres, dan menjadi bahan jahilan saya.
4. Teman-teman saya Dea, Milla, Shelma, Hendi yang selalu mendukung saya selama penyusunan skripsi ini serta memberikan saran-saran membangun agar saya tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Keluarga besar Perbankan Syariah angkatan 2018 seperjuangan. Terimakasih atas pertemanannya dari awal masuk kuliah hingga akan lulus kuliah sehingga membuat hari-hari semasa kuliah lebih berarti.

ABSTRAK

PUTRI MELINIA. PENGGUNAAN MARKETPLACE DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN BANYURIP KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN.

Pada masa pandemi covid-19, banyak bidang ekonomi yang terkena dampak. Salah satunya di kawasan UMKM di Desa Banyurip, Kecamatan Pekalongan Selatan yang merasakan dampak dari pandemi ini. Apabila hal ini tidak segera diatasi tentunya akan mengakibatkan krisis ekonomi bagi pelaku UMKM. Hal ini tentu sangat memberatkan karena kawasan UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian. Para pelaku UMKM harus dapat menentukan strategi pengembangan usaha agar usahanya dapat bertahan pada masa pandemi covid-19 ini. Salah satu strategi pengembangan usaha yang tepat yaitu dengan penggunaan marketplace. Marketplace merupakan salah satu media yang mempermudah pasar interaktif antara penjual dan pembeli tanpa harus bertemu kapanpun dan berada dimanapun. Marketplace sangat membantu sebagai tempat proses produsen & konsumen untuk bertemu, di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Dengan begitu, marketplace dapat dijadikan sebagai alternatif yang efektif sebagai strategi pengembangan usaha pada masa pandemi covid-19.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara dengan menggunakan sampel sebanyak 6 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran penggunaan marketplace pada UMKM di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan masih jarang digunakan oleh para UMKM karena pemahaman dan pengetahuannya tentang marketplace masih kurang. Padahal, banyaknya manfaat penggunaan marketplace dalam mengembangkan UMKM merupakan salah satu faktor pendorong yang kuat bagi UMKM untuk terus memanfaatkan marketplace dalam rangka

mengembangkan usahanya, meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi. Bagi pelaku UMKM hendaknya segera mengkoneksikan bisnis mereka ke dunia digital agar bisa mengoptimalkan proses pemasaran usaha yang pada akhirnya berdampak terhadap perkembangan usaha mereka.

Kata Kunci : Covid-19, Strategi, UMKM, Marketplace

ABSTRACT

PUTRI MELINIA. PENGGUNAAN MARKETPLACE DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN BANYURIP KECAMATAN PEKALONGAN SELATAN.

During the Covid-19 pandemic, many sectors of the economy were affected. One of them is in the MSME area in Banyurip Village, South Pekalongan District, which is feeling the impact of this pandemic. If this is not addressed immediately, it will certainly lead to an economic crisis for MSME actors. This is certainly very burdensome because the MSME area is one of the drivers of the economy. MSME actors must be able to determine business development strategies so that their businesses can survive during this COVID-19 pandemic. One of the right business development strategies is the use of a marketplace. Marketplace is a medium that facilitates interactive markets between sellers and buyers without having to meet whenever and wherever. Marketplace is very helpful as a place for producers & consumers to meet, wherever they are and regardless of the distance. That way, the marketplace can be used as an effective alternative as a business development strategy during the COVID-19 pandemic.

This research belongs to the type of descriptive research using qualitative descriptive methods. Data collection methods in this study using observation, documentation and interview techniques using a sample of 6 respondents.

The results showed that the description of the use of the marketplace for SMEs in the Banyurip Village, Pekalongan Selatan District was still rarely used by SMEs because their understanding and knowledge of the marketplace was still lacking. In fact, the many benefits of using the marketplace in developing MSME is one of the strong driving factors for MSME to continue to use the marketplace in order to develop their business, increase product sales, communicate with consumers, and develop a wider market network. For SMEs, they should immediately connect their business to the digital world in order to optimize the

business marketing process which ultimately has an impact on the development of their business.

Keywords : Covid-19, strategy, MSME, Marketplace

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Penggunaan Marketplace Dalam Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan”** Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.

Sholawat serta salam tidak lupa kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah kepada umatnya dan berjuang demi tegaknya agama Allah AWT serta mampu mengajak umatnya beranjak dari kebodohan menuju umat yang berakhlaq mulia.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari awal perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini sangat sulit untuk saya lalui. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. H. Sinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulthoni, M.A, M.S.I, Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak Dr. AM. M. Hafidz MS, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

7. Bapak dan Ibu Dosen UIN K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya.
8. Kedua orang tua, Adik, kakak dan keponakan tersayang yang senantiasa memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 3 Juli 2022

Penulis



Putri Melinia
4218040

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Telaah Pustaka	31
C. Kerangka Berpikir.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Metodologi Penelitian	45
BAB IV PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
B. Hasil Penelitian	55
C. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN I	
Lampiran 1 : Panduan Wawancara	I
Lampiran 2 : Surat Permohonan Izin Penelitian.....	XVI

Lampiran 3 : Surat Keterangan	XVII
Lampiran 4 : Dokumentasi Kegiatan Survey Pelaku UMKM di Pekalongan Selatan	XVIII
Lampiran 5 : Riwayat Hidup Penulis.....	XXV

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	\$	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ẗ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ڙ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a		ا = ā
ي = i	ئا = ai	ئا = ī
و = u	او = au	او = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/. Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/. Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad* (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddad* tersebut. Contoh:

ربنا	ditulis	<i>rabbanā</i>
البر	ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof /. Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syain</i>

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 : Data UMKM Kota Pekalongan.....	5
Tabel 1. 2 : Pendapatan Pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Sebelum Pandemi Dari Sektor Bidang Makanan.....	6
Tabel 1. 3 : Pendapatan Pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Sebelum Pandemi Dari Sektor Bidang Kerajinan	6
Tabel 1. 4 : Pendapatan Pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Sebelum Pandemi Dari Sektor Bidang Busana.....	7
Tabel 2. 1 : Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4. 1 : Informan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	54
Tabel 4. 2 : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	58
Tabel 4. 3 : Jumlah Presentase Hasil Penjualan Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 : Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 3. 1 : Bagan Triangulasi Data.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara	I
Lampiran 2 : Surat Permohonan Izin Penelitian	XVI
Lampiran 3 : Surat Keterangan	XVII
Lampiran 4 :Dokumentasi Kegiatan Survey Pelaku UMKM di Pekalongan Selatan	XVIII
Lampiran 5 : Riwayat Hidup Penulis	XXV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selaku orang Indonesia pasti panorama alam serta kegiatan kita tiap hari tidak jauh dari bermacam layanan serta benda yang diciptakan oleh pelaku UMKM. Diawali dari kegiatan pagi hari, kala makan pagi kita mencari santapan yang dijual UMKM, sampai membeli kebutuhan pokok diwarung dekat rumah. UMKM mempunyai keberadaan sangat berarti buat pembentukan moneter, maka dari itu berfungsi juga dalam pendistribusian hasil- hasil pembangunan. Penguatan serta pengembangan UMKM ialah tindakan pemerintah Indonesia untuk menanggulangi permasalahan yang ada.

Menurut (Sugiarti, 2019) UMKM memainkan peran penting dalam perbaikan moneter di Indonesia, pembangunan keuangan, serta membuat posisi baru. Saat ini, di Indonesia memiliki perkembangan dan telah terbagi dalam berbagai sektor. Peningkatan UMKM diandalkan untuk memberdayakan pembangunan moneter dengan mempertahankan gaji lokal, dan memiliki pilihan untuk mengurangi tingkat pengangguran dengan membuat posisi baru. Masuknya Indonesia ke bagian MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) maka diharapkan pelaku UMKM dapat bersaing di pasar bebas dengan produk – produk kreatifnya, sekaligus memperluas perdagangan di Indonesia. Namun, industri UKM Indonesia saat ini masih dalam keadaan yang sangat lemah di era lingkungan bisnis yang semakin meningkat, dan saat ini di seluruh dunia, tidak

hanya di Indonesia saja yang sedang diguncang oleh merebaknya virus Covid-19. Wabah virus covid-19 ini pertama kali terdeteksi di kota Wuhan China pada akhir tahun 2019 dan menyebar ke Indonesia pada tahun 2020. Akibat penyebaran virus ini, UMKM menjadi salah satu sub sektor yang terpukul terutama usaha berskala mikro. Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan salah satu sub sektor yang menopang perekonomian di Indonesia. Sekitar 90% dari angkatan kerja dipekerjakan di sektor ini dan kontribusinya terhadap PDB adalah 60%. Mengkonversi kontribusi UKM terhadap perekonomian Indonesia sebelum merebaknya virus Covid-19, sekitar Rp. 8.400 triliun pada tahun 2018. (Sumber : Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia)

Peranan UMKM sangat penting, yang memberikan tanggapan bahwa UMKM masih membutuhkan perhatian dan peningkatan yang lebih baik dalam kondisi saat ini. Besarnya kontribusi ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peluang untuk memperkuat struktur ekonomi di tingkat nasional (Prawirokusumo, 2001). Bahkan UMKM memberikan kontribusi ekonomi yang penting untuk pertumbuhan ekonomi akan tetapi dalam pengembangan ditemukan beberapa masalah. Menurut riset Winarni (2006) dan Situmarang (2008) masalah ditemui oleh UMKM, dirangkum seperti : kekurangan modal usaha, masalah pemasaran produk, struktur organisasi yang sederhana dengan departemen pekerjaan yang tidak standar, manajemen mutu rendah, dan kualitas yang buruk. Penyebab masalah ini Jaringan bisnis lemah, peluang terbatas, skala ekonomi terlalu kecil,

sehingga sulit untuk mengurangi biaya dan margin keuntungan yang sangat kecil, terutama apabila UMKM tidak memiliki keunggulan dalam kompetitif.

Pandemi global menyebabkan pelemahan moneter, terutama bagi pelaku UMKM yang terkena dampak langsung dari penurunan pendapatan akibat permintaan otoritas publik untuk mempraktikan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mendorong masyarakat agar selalu di rumah. Keterbatasan perkembangan masyarakat di masa pandemi menyebabkan penurunan usaha akibat penurunan permintaan, bahkan para pelaku UMKM mengalami penurunan omzet. (Wan Laura Hardiwalati, 2020).

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diberlakukan pemerintah untuk menahan penularan Covid-19 menjadikan para pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip, Kabupaten Pekalongan Selatan terpukul karena pendapatannya yang menurun. Sektor perekonomian Kota Pekalongan cukup berpengaruh dan lamban, sehingga perlu dibangkitkan kembali melalui inovasi diri dan strategi pengembangan usaha yang diberikan kepada para pelaku UMKM di Kota Pekalongan. Kota Pekalongan telah diakui oleh UNESCO sebagai Kota Kreatif Dunia. Pasalnya, Kelurahan Banyurip sebagai salah satu pusat komersial dan pelayanan kota dikenal dengan banyak jiwa wirausaha, terutama di bidang tie-dye dan kuliner. Jumlah UMKM di Kelurahan Banyurip yang bergerak di bidang industri kreatif semakin hari semakin meningkat dan berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Untuk itu diperlukan orang-orang yang mempunyai daya inovasi juga kreativitas yang tinggi agar

lebih mengembangkan usahanya. Artinya, penting untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha melalui berbagai inovasi dan kreativitas pada produk yang diciptakannya. Pandemi Covid-19 ini membuat para pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip perlu cepat peka untuk memperhitungkan kondisi yang terjadi guna mempertahankan keberlangsungan usaha yang mereka kelola. Maka, pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip memerlukan adanya strategi pengembangan usaha dengan pengelolaan manajemen secara baik. Pengelolaan manajemen secara umum mencakup bidang pemasaran, produksi, dan sumber daya manusia. (Nasruddin, 2020),

Kondisi pandemi COVID-19 terutama mempengaruhi aktivitas para UMKM di Kelurahan Banyorip, oleh karena itu perluasan promosi barang menjadi penting untuk pelaku usaha agar mengurangi dampak dari pandemi tersebut. Juga, untuk meningkatkan tingkat kelemahan ekonomi. Salah satu teknik optimasi bisnis yang bisa digunakan adalah dengan memanfaatkan marketplace untuk meningkatkan produk di masa pandemi COVID-19. (Sumber : Siaran Pers HM.4.688/SET.M.EKON.3/04/2021)

Menurut Purwanto (2008) Analisis strategi mencakup konsumen, pesaing, dan perusahaan. Sebagian besar pelaku UMKM hanya melakukan proses produksi saja, padahal mereka juga perlu memperhatikan strategi bisnis untuk mengembangkan perusahaan yang ada dan mempertahankan usahanya dalam segala keadaan. Menurut Dwi Rachmina dan Praningrum (2011), Masalah

pengusaha kecil dapat diatasi bila ada keseimbangan antara upaya perbaikan internal dan eksternal.

Tabel 1. 1 : Data UMKM Kota Pekalongan

Kecamatan	Tempat Usaha			
	Toko	Kios	Los	Eceran
Pekalongan Barat				
1. Grogolan Baru	28	60	222	1.020
2. Podosugih	14	25	114	14
3. Anyar	14	16	76	10
4. Kraton	-	14	30	7
Pekalongan Timur				
1. Banjarsari	171	1.156	2.701	-
2. Poncol	-	6	41	103
3. Sugihwaras	-	154	13	-
Pekalongan Selatan				
1. Banyurip	20	84	423	98
2. Kuripan	-	136	128	-
3. Sayun Baru	-	-	256	-
Pekalongan Utara				-
1. Panjang	-	14	51	-
Jumlah	247	1.665	4.055	1.252
2018	245	1.652	4.051	1.252
2019	247	1.634	3.663	1.291
2020	247	1.524	3.265	1.366
2021	247	1.524	3.154	1.386

Sumber:Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Pekalongan tahun 2018

Berdasarkan Diskopumkm Kota Pekalongan, dapat diamati bahwa pandemi covid-19 mengakibatkan penurunan jumlah UMKM dari tahun 2018 sampai tahun 2021, dari jumlah pelaku UMKM di tahun 2018 sebanyak 7.200 menjadi 6.311 di tahun 2021. Hal ini dikarenakan banyaknya pelaku UMKM yang mengalami penurunan pendapatan, kendala dalam peredaran produk, dan

kesulitan pelaku UMKM untuk memperoleh bahan baku sehingga banyak pelaku UMKM yang tidak dapat mempertahankan usahanya khususnya di Kelurahan Banyurip.

Berdasarkan hasil survei didapatkan data pendapatan beberapa pelaku UMKM yang terbagi dari sektor makanan, kerajinan dan busana.

Tabel 1. 2 : Pendapatan Pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Sebelum Pandemi Dari Sektor Bidang Makanan.

No.	Nama Pemilik	UMKM	Pendapatan Sebelum Pandemi
1.	Moh. Nurul Khafid	Wedang Rempah	6 juta / bulan
2.	Bapak Ahyan	Frozen Food	8 juta / bulan
3.	Bapak Zakin	Risoles Ayam	6 juta / bulan

Sumber : Wawancara dengan pelaku UMKM Kelurahan Banyurip tahun 2022

Dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat hasil pendapatan para pelaku UMKM dari sektor bidang makanan setiap bulannya di Kelurahan Banyurip sebelum pandemi Covid-19.

Tabel 1. 3 : Pendapatan Pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Sebelum Pandemi Dari Sektor Bidang Kerajinan

No.	Nama Pemilik	UMKM	Pendapatan Sebelum Pandemi
1.	Damalia	Lilin Aromaterapi	5 juta / bulan

Sumber : Wawancara dengan pelaku UMKM Kelurahan Banyurip tahun 2022

Dari tabel 1.3 diatas dapat dilihat hasil pendapatan para pelaku UMKM dari sektor bidang kerajinan setiap bulannya di Kelurahan Banyurip sebelum pandemi Covid-19.

Tabel 1. 4 : Pendapatan Pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Sebelum Pandemi Dari Sektor Bidang Busana

No.	Nama Pemilik	UMKM	Pendapatan Sebelum Pandemi
1.	Ibu Zakiya	Batik Sakira	20 juta / bulan
2.	Ibu Tutik	Batik Cahaya Pelangi	13 juta / bulan

Sumber : Wawancara dengan pelaku UMKM Kelurahan Banyurip tahun 2022

Dari tabel 1.4 diatas dapat dilihat hasil pendapatan para pelaku UMKM dari sektor bidang busana setiap bulannya di Kelurahan Banyurip sebelum pandemi Covid-19.

Sebagaimana dikemukakan oleh Bestari (2003), inovasi berkelanjutan (*continuous innovation*) adalah jawaban terbaik untuk melindungi pasar. Perseroan terus berupaya meningkatkan daya saing dan nilai bisnis di mata konsumennya. Selain itu, strategi pemasaran merupakan cara untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis yang sedang berjalan. Menurut Chandra (2002), Sistem pemasaran adalah pengaturan yang menetapkan asumsi organisasi tentang pengaruh berbagai latihan atau proyek pameran pada minat barang di pasar tujuan tertentu.

Berdasarkan hukum *supply* dan *demand*, penurunan minat karena aturan dirumah saja dengan demikian dapat mengakibatkan menurunnya jumlah permintaan dan produksi. Selain itu, penurunan ekonomi menunjukkan bahwa musibah yang ditimbulkan oleh covid-19 telah mengakibatkan instrumen penataan pasar yang lemah antara minimnya pemintaan dan penawaran. Dampak ini dapat dirasakan bagi masyarakat ekonomi golongan menengah kebawah. (Yulia Puspitasari Gobel, 2020).

Strategi pemasaran digunakan untuk membuat rencana umum perusahaan dan program pemasaran meliputi kegiatan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan produk, karena penyebaran virus ini aktivitas manusia dilakukan melalui jarak sosial. Permasalahan yang terjadi ialah masih banyaknya UMKM yang ragu untuk ke tahap lanjut, karena sulit mengakses dan berkolaborasi dengan marketplace (Kurniawan, 2020). Padahal dalam kondisi seperti ini pun, para pelaku UMKM masih memiliki peluang untuk mengembangkan usaha melewati sistem penjualan online, artinya pandemi covid-19 tidak berarti membawa keuntungan, melainkan menjadi momen bagi para pelaku UMKM untuk menunjukkan bahwa di dalam negri produk dan kebutuhan masih dapat terpenuhi (Marlinah, 2020). Dalam hal ini, marketplace dianggap aman karena menjamin transaksi bagi pembeli dan penjual (Untari & Sanjaya, 2020). Jika dalam hal transaksi, pembeli mentransfer uang ke rekening marketplace, uang akan ditransfer ke rekening penjual ketika barang yang

dibayar telah diterima oleh pembeli. Jual beli melalui marketplace memungkinkan orang untuk memenuhi kebutuhannya tanpa harus bertemu.

Penelitian yang dilakukan oleh Riyanti Idayu (2021) menganalisa dan mengidentifikasi masalah yang dihadapi serta menyusun strategi dalam pengembangan UMKM yang ada di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Pandeglang. Metode Penelitian yang digunakan ialah metode kualitatif, kemudian analisa menggunakan analisis matrik SWOT. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat permasalahan pada setiap pelaku UMKM yang ada di Desa Nembol seperti: modal, produksi, pemasaran, sdm, sarana dan prasarana, pengenalan teknologi, sosial dan ekonomi, sehingga pengembangan UMKM di Desa Nembol belum bisa terlaksana dengan baik. Sedangkan strategi yang tepat dilakukan dalam pengembangan UMKM yang ada di Desa Nembol yaitu Strategi SO (*Growth*).

Penelitian Rian Hidayat (2021) mengidentifikasi penurunan penghasilan UMKM selama beberapa bulan terakhir, namun pengusaha harus mengembangkan usaha mereka. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa persebaran UMKM kota Palembang yang terkena dampak pandemi masih sangat besar dan terus berkembang dan berkreasi dengan alasan UMKM kota Palembang terus membangun prosedur kemajuan untuk mengatasi masalah tersebut. Berdasarkan hasil review, terlihat bahwa teknik peningkatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 dengan Metode SWOT adalah dengan mendorong pengembangan produk terbaru, melakukan transaksi offline dan online.

Dari beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji bahwa pelaku UMKM telah menyusun strategi untuk mempertahankan usahanya dalam menghadapi pandemi covid-19, seperti dengan menggunakan metode SWOT. Berbeda dengan studi ini lebih mempertegas bagaimana gambaran penggunaan marketplace sebagai media pengembangan usaha serta strategi lainnya yang digunakan pelaku UMKM dalam menghadapi pandemi covid-19.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan perbedaan penelitian yang telah dijelaskan maka penting untuk dilakukan penelitian dengan judul: **“Penggunaan Marketplace Dalam Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran penggunaan marketplace pada UMKM di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan ?
2. Bagaimana pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan mempertahankan dan mengembangkan usahanya pada masa pandemi covid-19?
3. Apakah marketplace dapat menjadi alternatif yang efektif sebagai strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi covid-19 di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran penggunaan marketplace pada UMKM di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan mempertahankan dan mengembangkan usahanya di masa pandemi covid-19.
3. Untuk mengetahui apakah marketplace dapat menjadi alternatif yang efektif sebagai strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi covid-19 di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang pengembangan bisnis terhadap pelaku UMKM dalam memerangi pandemi atau masalah di masa depan. Diharapkan dapat menjadi pedoman dan tambahan wawasan bagi pengembangan ilmu pengetahuan UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang upaya penggunaan marketplace. Yang dapat dijadikan informasi penting dalam melakukan pengembangan selanjutnya mengenai UMKM.
- b. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai upaya penggunaan marketplace untuk

mempertahankan dan pengembangan UMKM dalam menghadapi pandemi covid-19.

- c. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dalam mengelola UMKM di Pekalongan dalam menghadapi suatu tantangan.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini menggambarkan hipotesis-hipotesis yang memiliki hubungan langsung dengan objek penelitian yang berhubungan dengan masalah untuk dikonsentrasikan sebagai sumber data dan referensi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, pendekatan yang dipilih, setting penelitian, subjek penelitian, jenis sumber data dan bagaimana data akan dikumpulkan.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menggambarkan gambaran umum, analisis data, pembahasan, serta menjawab rumusan masalah yang ada.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran secara singkat terhadap pembahasan yang telah diuraikan pada bagian isi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran penggunaan marketplace dalam upaya pengembangan UMKM pada masa pandemi covid-19, serta penerapan strategi lainnya dalam upaya pengembangan usaha UMKM. Dari hasil dan pembahasan di atas sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip Kecamatan Pekalongan Selatan masih menggunakan strategi pemasaran melalui mulut ke mulut. Gambaran penggunaan marketplace disini masih kurang digunakan karena adanya hambatan dan kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang marketplace, karena kebanyakan pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Banyurip sudah berusia lanjut jadi kurang mengerti tentang media digital sehingga untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya pelaku UMKM di Kelurahan Banyurip masih menggunakan strategi yang sederhana yaitu *word of mouth marketing* (mulut ke mulut).

Kendala yang membuat tidak semua UMKM mau bergabung dengan marketplace. Ada beberapa alasan, termasuk: sulit untuk mengakses marketplace, pengetahuan digital yang terbatas padahal pelaku UMKM harus memahami fitur berbasis internet baru untuk dapat menggunakannya dengan tepat. Pada kenyataannya ini bukan sesuatu yang perlu ditekankan. Karena semua marketplace sekarang telah memberikan syarat yang sangat mudah bagi semua UMKM yang ingin bergabung, dengan aplikasi yang *easy to use* baik

untuk pemula sekalipun. Hanya berbekal data diri, KTP, nomor NPWP, dan rekening bank. Berkaitan dengan masalah pengetahuan digital yang terbatas, setiap marketplace sudah memberikan fitur-fitur informasi yang lengkap berkaitan dengan pengembangan usaha. Informasi tersebut bisa diakses dimana saja, kapan saja, baik secara mobile dengan menggunakan handphone, ataupun di rumah dengan menggunakan laptop atau komputer.

B. Saran

Atas dasar kesimpulan dan pembahasan diatas, maka adapun saran yang dibuat :

1. Untuk Pelaku UMKM

Pentingnya informasi dan pemahaman bagi pelaku UMKM terhadap digital marketing baik pemasaran maupun penggunaan media tersebut. Selain itu diharapkan para pelaku UMKM akan terbiasa dengan pemanfaatan digital marketing yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan konsumen di tengah pandemic covid-19.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memberi bimbingan, arahan & informasi kepada pelaku UMKM, guna bagaimana melakukan penjualan berbasis online seperti penggunaan marketplace, dan medsos lainnya bagi pelaku UMKM yang belum memahami pemanfaatan serta penggunaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Wiwiek Rabiatul. 2015. "Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah." *Journal of Business and Management*.
- Agus Dwi Cahya, Fadhilah Ajeng A, dkk. 2021. "Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Ditengah Pandemi Covid-19." *Journal of Economi, accounting, Management and Business*.
- Aliami. 2018. "Dampak Marketplace Bagi Pendapatan Bisnis." *Journal Ekonomi Bisnis*.
- Ayu Noviani Hanum, Andwiani Sinarasri. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM." *Jurnal Unimus*.
- Burhan, Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ghony, M. Djunaidii. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hardilawati, Wan laura. 2020. "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* .
- Helmalia, & Afrinawati. 2018. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang." *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*.
- K.P, Angga. 2017. "Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Penyedia Jasa Les Private di Kota Pontianak Berbasis Web." *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*.
- Kadir, Muhammad Abdul. 1991. *Pengantar Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kuncoro, Mudrajat. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, Carol Guercio Traver and Kenneth C. 2016. *E-commerce: Business, Technology, Society*. Harlow: Pearson Education.

- Niels Bosma, Donna Kelley. 2019. "Global entrepreneurship monitor." *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*.
- Nugraha, Imam. 2017. "Memanfaatkan Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan." *Journal RESTI Vol.1 No.2 Lubuklinggau*.
- Patton, Michael Quinn. 2009. *Metode Evakuasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- R Santoso, R Shinta, AYA Fianto. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur." *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*.
- Setyorini, Dini. 2019. "Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)." *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Standing, Stockdale &. 2018. "Manfaat Dan Hambatan Patisipasi Marketplace." *Journal PACIS*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Hadi. 1989. *Metodologi Penelitian Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Thomas W. Y. Man, Theresa Lau and K. F. Chan. 2002. "The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies." *Journal of Business Venturing*.