

PERAN USAHA MIKRO DALAM MENOPANG PEREKONOMIAN KELUARGA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Aye Sudarto

IAI AgusSalim Metro Lampung

e-mail: ayesudarto18@gmail.com

Abstrak

Peran usaha ultra mikro dan kecil di Kota Metro khususnya dipasar Kue kampus yang terletak di keluarahan iring Mulyo Metro timur, tergolong signifikan. Selama ini mampu bertahan dan menghidupi masyarakat sekitar. Para produsem dan penjaja bertemu dipasar kue. Dapat berkembang dan mengidupi keluarga pada masa normal maupun pada masa krisis sebagaimana saat ini.

Jumlah produsen jajanan pasar di pasar Kue kampus sebanyak 35 orang dan yang menjadi distributor jajanan pasar sebanyak 22 orang pedagang. Perkembangan pasar kue kampus dapat dilihat dari omset, jenis kue dan tenagakerja. Usaha ultra mikro dan mikro perkembangannya cukup baik. Namun dimasa pandemik covid 19 terdapat penurunan usaha yang cukup signifikan.

Kata kunci: Usaha Mikro, Perekonomian Keluarga, Covid-19

Abstract

The role of ultra-micro and small businesses in Metro City, especially in the campus cake market, which is located in the eastern part of the Mulyo Metro, is significant. It is able to survive and support the surrounding community. The producers and vendors meet at the cake market. They can develop and support their family during normal times as well as in times of crisis as it is today.

The number of market producers in the campus cake market is 35 people and 22 traders are distributors of market snacks. The development of the campus cake market can be seen from the turnover, types of cakes and employment. The development of ultra-macro and micro businesses is quite good. However, during the Covid-19 pandemic, there was a significant decrease in business.

Keywords: Micro Business, Community of Economy, Covid 19.

1. PENDAHULUAN

Krisis ekonomi tahun 1998 lewat Indonesia dengan ditandai anjloknya nilai Rupiah kepercayaan publik dan pasar runtuh. Pun demikian, usaha mikro kecil mampu bertahan dan ternyata justru dapat menopang beban ekkonomi nasional. Satu dasawarsa berikutnya ekonomi Indonesia lagi lagi terdampak krisis ekonomi global dan lagi lagi mikro kecil menunjukkan peran dan fungsinya menopang perekonomian nasional. Satu tahun terahir ini, krisis kembali mengunjungi dunia pun Indonesia. Dengan ditandai kehadiran Covid 19, seluruh dimensi

kehidupan terdampak, usaha mikro kecil tak terhindarkan. (Dara (Haspramudilla.2020, h 6)

Usaha mikro kecil dan UKM menopang ekonomi nasional cukup signifikan, usaha mikro kecil menyumbang sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sebanyak 99 % pelaku usaha di Indonesia adalah usaha mikro kecil. Yang membedakan kondisi saat ini dengan krisis sebelumnya adalah aktivitas sosial masyarakat dibatasi. Hal ini berakibat pada usaha masyarakat termasuk usaha mikro kecil. Dalam survei International Labour Organisation (ILO) terhadap 571 usaha mikro kecil pada bulan April 2020, menemukan 2/3 UMK telah berhenti beroperasi, 52 % mengalami penurunan pendapatan, dan 63% mengurangi pekerjanya. (Rakhmindyarto.2020, h 39)

Covid 19 telah memberikan dampak buruk kepada semua sektor tak terkecuali pada sektor perekonomian. Diantaranya berdampak pada sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). 30 ribu pelaku ekonomi mikro di Lampung terdampak. Dinas Koperasi dan Usaha mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Provinsi Lampung mencatat sebanyak 3,481 pelaku UMKM di Provinsi Lampung terdampak covid 19 secara signifikan. UMKM terdampak covid sebanyak 82% mengalami penurunan pendapatan, pun demikian, sebanyak 59,8% UMKM masih dapat beroperasi sebagaimana sebelum covid 19, 24% mengurangi kapasitas produksi, 10,1% berhenti beroperasi. Sementara pada komoditas makanan, minuman terdampak cukup dalam hingga 92,47. (Atika Oktaria, <https://lampungpost.id/ragam/covid-19-pukul-30-ribu-umkm-lampung>.Irawidya, <https://harianmomentum.com/read/29079/tiga-ribu-lebih-umkm-di-lampung-terdampak-covid-19>)

Diantara tujuan pembangunan adalah adanya pertumbuhan Gross National Product (GNP) dengan diikuti dengan mengecilnya kemiskinan, menyempitnya gap pendapatan, penyediaan lapangan pekerjaan, pendidikan yang murah dan bermutu, kondisi kesehatan dan lingkungan yang baik, adanya kesempatan, kebebasan individu dan budaya yang sehat. (Lia Amalia 2007, h 2). Pentingnya usaha mikro kecil dalam menopang perekonomian Indonesia merepukan kewajaran bila pengembangan usaha mikro menjadi prioritas dalam pembangunan nasional. Selain karena menjadi tulang punggung perekonomian kerakyatan, mengurangi kesenjangan pendapatan, pengentasan kemiskinan dan tentu pemerataan tenaga kerja, meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan nasional.

Peningkatan dan peran usaha mikro semakin strategis dan kentara semenjak keisris 1998, dalam pengembangan ekonomi nasional. Secara nyata mampu bertahan dalam masa yang

sulit. Hal ini disebabkan struktur keuangan yang belum banyak tergantung pada pihak ketiga. Usaha mikro digolongkan sebagai usaha informal untuk menunjukkan skala kecil dalam ekonomi. Kegiatan sektor informal mencakup berbagai macam bidang usaha antara lain : Perdagangan: pedagang keliling, pedagang kaki lima termasuk didalamnya penjaja dan pedagang kue, bidang usaha jasa, home industri, pembuatan kue, jajanan pasar.

Peran usaha ultra mikro dan kecil di Kota Metro khususnya dipasar Kue kampus yang terletak di keluarahan iring Mulyo Metro timur, tergolong signifikan. Selama ini mampu bertahan dan menghidupi masyarakat sekitar. Para produsem dan penjaja bertemu dipasar kue. Dapat berkembang dan mengidupi keluarga pada masa normal maupun pada masa krisis sebagaimana saat ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud.(<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/usaha>) Zaharudin menyatakan: Usaha atau juga disebut suatu perusahaan adalah suatu bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan baik perorangan maupun badan usaha berbentuk badan hukum ataupun tidak yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu negara. (Harmaisar Zaharudin. 2010 h 7)

Undang Undang nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan UU No 20 tahun 2008 tentang UMKM. : 1) Usaha mikro adalah: usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kreteria usaha mikro. 2) Usaha kecil adalah: usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kreteria usaha kecil.

Ciri ciri usaha mikro adalah (Ibid): 1) Jenis barang usaha tidak tetap, dapat berganti pada periode tertentu, 2) Tempat usaha tidak selalu menetap, dapat berubah sewaktu waktu, 3) belum melaksanakan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha, 4) Sumberdaya Manusia (SDM) (pengusaha) belum memiliki jiwa enterpreuner yang memadai, 5) Tingkat pendidikan rata rata rendah, 6)

pada umumnya belum akses perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses kelembaga keuangan non bank, 7) Umumnya tidak mempunyai izin usaha atau prasaratan legalitas.

Klasifikasi usaha mikro kecil adalah: 1) Livelihood Activities, merupakan usaha skala mikro kecil yang mampu membuka peluang kesempatan kerja untuk mendapatkan penghasilan yang lebih umum biasa disebut sektor informal. b) Mikro Enterprise, adalah suatu usaha yang mempunyai sifat sebagai pengrajin namun belum mempunyai sifat kewirausahaan. c) Small Dynamic Enterprise, adalah usaha yang telah mempunyai jiwa kewirausahaan serta mampu menerima pekerjaan subkontrak dari pihak lain. d) Fast Moving Enterprise merupakan usaha yang telah mempunyai jiwa wirausaha dan pelaku usaha akan melakukan pengembangan atau transformasi untuk naik kelas. (Kadeni. Ninik Sriyani. 2020, h 195)

Ayu Linda Marcelina (2012: 32) menyatakan : Peran usaha mikro dalam perekonomian Indonesia adalah: 1) Pemaian utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia, 2) Penyediaan lapangan kerja, 3) pemaian penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan ekonomi masyarakat, 4) penciptaan pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitas atas keterkaitan dinamis antar kegiatan perusahaan, 5) memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas.

Ungensi peran usaha mikro di Indonesia dari berbagai aspek diantaranya dinyatakan Kementerian Koperasi adalah: 1) Dari kuantitas: Usaha mikro merupakan usaha rakyat yang mendominasi perekonomian Indonesia, sebagaimana data Kementerian Koperasi bahwa Usaha mikro mempunyai kontribusi 60% PDB Indonesia menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja dan jumlah usaha mikro tercatat 63,4 Juta. 2) Permodalan: Usaha mikro tidak memerlukan modal yang besar, maka dalam pembentukan usaha tidak akan sulit baik perorangan maupun perusahaan, 3) Serapan Tenaga Kerja: Usaha mikro kecil merupakan usaha yang telah terbukti berperan strategis dalam berkontribusi mengatasi dampak krisis ekonomi yang beberapa kali melanda Indonesia termasuk pada saat ini yang tengah berjibaku mengatasi covid 19. Sektor mikro kecil mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor usaha mikro kecil ini memiliki keunggulan bila dibanding dengan usaha besar terkait dengan penyerapan tenaga kerja, penggunaan sumberdaya lokal dan usaha yang lebih fleksible. Usaha mikro kecil pada dasarnya lebih bersifat informal. Untuk itu sektor ini lebih mudah untuk dimasuki pelaku usaha baru. Persoalan pengangguran dan kemiskinan dapat dikontibusikan oleh usaha mikro kecil. Banyak produk yang dihasilkan

oleh usaha mikro kecil yang selanjutnya dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai contoh produk jajanan pasar memberi peluang tumbuhnya usaha kecil lainnya sebagai distributor dan outlet diberbagai tempat. Kontribusi penyerapan tenaga kerja, sumberdaya lokal dari bahan baku dan sumberdaya modal yang dipergunakan. (Euis Amalia 2009 h 8) 4) Lokasi: sebagian besar usaha mikro berada di kelurahan/perdesaan dan tidak memerlukan infrastuktur sebagaimana perusahaan besar. 5) Sektor usaha mikro kecil menjadi penopang ekonomi nasional dan menyumbang sebesar 60,34 dari total PDB nasional. (Rakhmindyarto, *Log.Cit. Lihat: Op. Cit. Kadeni. h 195*) Secara umum usaha mikro kecil mempunyai peran yang besarmeliputi solusi pengangguran, layanan ekonomi yang luas, yang berujung padakontribusi pemerataan pendapatan masyarakat, pertumbuhan ekonomi serta stabilitas nasional.

Faktor- faktor yang mempengaruhi Usaha Mikro Kecil sebagaimana diungkapkan oleh Isnaeni Rohayati (2015) dan Aye Sudarto (2021,h 106) adalah: 1) Faktor internal diantaranya: a) Sumberdaya Manusia (SDM) terdiri dari: Pemilik tenaga kerja, intelektual capital kepemimpinan. b) Sumberdaya alam (SDA) yaitu keunggulan yang dimiliki sebagai sumber usaha, Kearifan lokal. c) Financial, pembiayaan, modal. d) Prodak, kualitas prodak yang dihasilkan, inovasi produk. e) Pemasaran, f) Fasilitas, g) Lokasi, h) Distribusi dan strategi pemasaran, i) Keuntungan, j) Cost/prive. 2) Faktor eksternal, a) Teknologi, b) Informasi, c) Pasar d) Pemerintah/kebijakan ekonomi, e) Konsumen/pelanggan, f) Suplayer, g) Sosial. Ekonomi, Budaya.

Keberhasilan kinerja usaha mikro kecil terdiri dari beberapa fakror: 1) pertumbuhan penjualan/omset, 2) pertumbuhan modal, 3) pertumbuhan tenaga kerja, 4) pertumbuhan pasar, 5) pertumbuhan profit/keuntungan. Dalam prakteknya usaha mikro kecil selalu dalam kondisi unstabil tetap kecil. Kondisi seperti ini dikarenakan keterbatasan usaha mikro kecil. Hal ini disebabkan : 1) keterbatasan skill dan kemampuan pemilik, 2) akses keuangan, 3) keterbatasan informasi pasar, 4) Kwalitas Produk, 5) keterbatasan teknologi.

Bebebrapa usaha untuk meningkatkan kinerja usaha mikro adalah: Usaha mikro merupakan komponen penting dalam program pembangunan nasional dalam kerangka meletakkan landasan pembangunan ekonomi kerakyatan yang berkelanjutan. Aye Sudarto (2020, h 3) menyatakan: Pengembangan Usaha mikro pada dasarnya menjadi tanggung jawab bersama seluruh pemangku kepentingan. Yang menjadi sasaran dalam pengembangan dan

pemberdayaan usaha mikro adalah: 1) Peningkatan SDM dan kemampuan kompetensi SDM serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan dengan jalan meningkatkan keahlian dan ketrampilan pemilik usaha mikro kecil. 2) Membuka akses keuangan yang lebih luas dengan lembaga keuangan. 3) meningkatkan kualitas produk, dengan mengacu kepada SNI. 4) Meningkatkan akses informasi lebih luas, 5) Meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan dan teknologi, 6) Peningkatan kualitas produk, 7) menjalin kemitraan dengan pihak terkait.

2.2 Ekonomi Keluarga

Hendry Faisal (2010, h 5) menyampaikan Ekonomi adalah: kegiatan usaha manusia dalam memenuhi keperluan/kebutuhan hidup. Abu Ahmadi, (2009 h 87) mengungkapkan bahwa Keluarga adalah: Unit satuan masyarakat terkecil merupakan kelompok kecil masyarakat. Menurut Gunawan Sumoningrat (2005, h 69) Ekonomi Keluarga adalah: segala kegiatan dan upaya masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya (*basic need*) yaitu pangan, sandang, papan kesehatan dan pendidikan. Ekonomi keluarga meliputi keuangan dan sumber-sumber yang dapat meningkatkan taraf hidup anggota keluarga, dimana semakin banyak sumber-sumber keuangan dan pendapatan yang dapat diterima maka akan meningkatkan taraf hidup keluarga.

Proses perkembangan status sosial masyarakat dapat dibaca dalam dua status: 1) *Ascribed* status, hal yang didapat atas dasar keturunan, kedudukan ini didapat atas dasar turunan atau warisan dari orang tuanya. Dimana sejak lahir seseorang sudah mendapatkan kedudukan dalam masyarakat. 2) *Achieved* status, apa yang diperoleh atas dasar usaha yang dilakukan. (Wijianto, Ika Farida Ulfa. 2016 h 192.)

Status sosial ekonomi keluarga pada setiap lingkungan masyarakat sengaja atau tidak terbentuk dengan sendirinya. Unsur sistem lapisan dalam masyarakat: 1) Distribusi hak-hak istimewa halnya kekayaan, keselamatan. Penghasilan, wewenang. 2) Sistem pertentangan yang diciptakan masyarakat 3) Kriteria sistem pertentangan, yaitu didapat dari kualitas pribadi, keanggotaan kelompok, kerabat tertentu. 4) Kedudukan, tingkah laku hidup, cara berpakaian, perumahan, keanggotaan pada sebuah organisasi. 5) Mudah atau sulitnya bertukar kedudukan. 6) Solidaritas diantara kelompok-kelompok individu yang menduduki kedudukan yang sama dalam sistem sosial masyarakat. Suka atau tidak, sistem lapisan

masyarakat dalam wujudnya dimasyarakat akan berlainan, tergantung pada bentuk dan kebutuhan masyarakat. (Suejono Soekarno2005, h 251)

Ekonomi keluarga akan dipengaruhi beberapa faktor, diantaranya adalah: 1) Pekerjaan, manusia adalah mahluk yang berkembang dan aktif. (*Ibid*) Manusia dikenal sebagai mahluk yang suka bekerja. Manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan pokok yang terdiri dari pakaian, sandang papan serta memenuhi kebutuhan sekunder, kendaraan, hiburan. 2) Pendidikan, Pendidikan berperan penting dalam kehidupan manusia. Dengan pendidikan seseorang dapat membuka pikiran, menerima hal baru baik berupa teknologi, materi, maupun ide ide baru dan cara berfikir ilmiah untuk kelangsungan hidup kesejahteraan. 3) Pendapatan, adalah uang, harga yang diterima oleh seseorang dalam bentuk gaji, upah, bunga, laba dan lain sebagainya. 4) Jumlah Tanggungan, adalah banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggungan membutuhkan biaya. 5) Semakin banyak kepemilikan properti maka dapat dikatakan bahwa orang itu mempunyai kemampuan ekonomi yang tinggi. (Wijayanto. Op. Cit h 194)

2.3 Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Perpres no 112 tahun 2007 tentang peranan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern pasar didefinisikan sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjualan lebih dari satu bauk yang disebut dengan pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, palsa, pusat perdagangan, maupun sebutan lainnya.

Pasar tradisional merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat yang berada dikalangan kelas bawah ataupun masyarakat dikalangan kelas atas. Pasar tradisional merupakan salah satu lembaga perekonomian terbuka, dalam arti setiap orang bisa masuk kedalamnya dan mengambil peran dalam kehidupan pasar sebab tidak ada pesyaratan khusus sehingga dapat melakukan pperdagangan, layanan jasa dan sebagainya. (Fery Prasetyo2012, h 7).

Setidaknya pasar tradisional memiliki enam fungsi sebagaimana di ungkapkan Raisa Karina Hadi (2015 h 1) yaitu: 1) Sebagai tempat berbagai lapisan masyarakat mendapatkan barang kebutuhan dengan harga yang relatif terjangkau. 2) Sebagai tempat yang dapat dimasuki

pelaku ekonomi lemah yang jumlahnya sangat besar. Pasar tradisional lebih mudah diakses oleh pedagang bermodal kecil. 3) Pasar tradisional sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). 4) Akumulasi penjualan menjadi cukup penting dalam penghitungan pertumbuhan ekonomi, baik lokal, regional maupun nasional. 5) Sebagai tempat interaksi sosial masyarakat, arena sosial rutin yang berada di pasar baik kelompok maupun golongan. 6) terbentuknya suatu kebudayaan, mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum adat dan kemampuan kemampuan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif. Penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana peran usaha mikro kecil dipasar Kue Kampus, Iring Mulyo Metro Timur dapat menopang ekonomi masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti sebagai instrumen penelitian sekaligus pengumpul data dilapangan. Adapun jenis data berdasarkan sumbernya adalah data 1) primer dan 2) data sekunder. Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan dari hasil wawancara pelaku usaha mikro dipasar Kue Iringmulyo. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari berbagai literatur baik berupa buku, hasil penelitian dokumen, jurnal maupun data dari internet.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Pasar Kue Kampus

Pasar Kue Kampus Kelurahan iring Mulyo kecamatan Metro Utara Kota Metro, merupakan pasar tradisional tempat bertemunya pengrajin jajanan pasar dan tengkulak dan penjaja kue jajanan pasar yang selanjutnya dijual diberbagai pasar outlet kue di Lampung tengah, Metro dan Lampung Timur. (Mutiah, 2021) Pasar Kue terletak di Jalan Tiram III no 77 Iring Mulyo. Pasar kue berada di pemukiman penduduk buka dari setelah subuh sekitar pukul 05.00 sampai pukul 06.30. dan para penjaja akan menyetorkan kepada produsen jajanan pasar pada pukul 09.00 pagi.

Pasar Kue Iringmulyo sudah ada semenjak tahun 1949, dengan dimulainya dan ramainya pemukiman dan anak anak bersekolah. Jajan Pasar sudah diminati masyarakat Metro dan

sekitarnya sudah dari zaman dulu. Pemerintah daerah sampai saat ini belum turun secara langsung untuk mengembangkan pasar kue Kampus. Walaupun secara insidental, memberikan perhatian dengan memberikan bantuan seperti bantuan usaha terdampak covid 19. Namun secara umum belum sampai pada konsep dan pengembangan pasar agar dapat lebih maju dan bersaing dengan tempat lain. (Misro, 2021)

4.2 Gambaran Umum Pelaku Ultra Mikro dan Mikro di Pasar Kue Kampus

Pasar kue Kampus dapat difahami seperti layaknya pasar induk, atau sentra jajanan pasar di kota Metro. Pasar Kue Kampus merupakan pertemuan antara produsen kue/jajanan pasar dengan pedagang yang akan menyebarkan dan menjual dagangan keseluruh kota metro lampung tengah dan lampung timur. Pasar Kue Kampus dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *pertama* sebagai produsen dan yang kedua sebagai pedagang/agen. Yang mereka ini mendistribusikan dan menjual dagangannya di seputaran Metro Lampung Tengah dan Lampung Timur. (Misro, 2021) Jumlah produsen jajanan pasar di pasar Kue kampus sebanyak 35 orang dan yang menjadi distributor jajanan pasar sebanyak 22 orang pedagang.

4.3 Perkembangan Pasar Kue Kampus

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada suatu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh pengusaha yang sudah mulai berproses dan terlihat untuk menjadi lebih baik dan maju. Diantara yang menjadi indikator perkembangan usaha ultra mikro dan mikro di pasar kue kampus lebih dilihat pada dua hal: pendapatan dari hasil penjualan/omset penambahan jenis dan ragam kue, jajanan serta pendapatan dan hasil penjualan (omset).

Pendapatan para produsen dan penaja atau distributor kue diketahui adanya perbedaan dari hasil penjualan/ omsetnya. Rata rata pendapatan produsen sentra kue Kampus anatar Rp 500.000, sampai dengan Rp 1.500.000, Setiap hari. Penjualan dan produksi para pengrajin kue jajanan pasar cenderung tetap. Namun demikian pada masa pandemik Covid 19 saat ini memang harus mengurangi produksi. (Eka Puryani, 2020) Karena memang lebih sepi karena sekolah sekolah daring dan kampus dan perkantoran banyak yang masuk bergantian. Produksi menurun antara 30% hingga 50% dari sebelum pandemik covid 19.

Usaha skala mikro dan kecil memang cenderung stagnan atau tidak akan mengalami perkembangan usaha yang signifikan, dan penjualan dan produksi pada umumnya tetap dan pada masa pandemik cenderung menurun.

4.4 Penambahan Jenis/Ragam kue

Diantara yang menjadi indikator perkembangan usaha adalah adanya penambahan jenis dagangan oleh pelaku usaha. Dipasar kue kampus ragam dan jenis dagangan secara umum meningkat dengan semakin keratifnya para pedagang dan akses resep yang didapat dari media sosial. Taufiq Chalil (2021) menyampaikan: secara umum ada semacam etika masing-masing produsen kue tidak boleh atau semacam dilarang membuat dan memproduksi kue makanan dalam jenis yang sama.

Disamping memang penambahan produk kue mereka juga tergantung kemampuan modal yang mereka miliki, modal yang dimiliki besar biasanya juga jenis kue yang diproduksi lebih beraneka ragam. Sehingga memberi peluang untuk memproduksi semakin banyak yang berefek pada pendapatan yang lebih besar.

4.5 Kemampuan mempekerjakan orang lain

Tolak ukur berkembangnya usaha diantaranya adalah dapat diukur dengan penggunaan tenaga kerja atau mempekerjakan orang lain. Rata-rata produsen jajanan pasar tidak mempekerjakan orang lain. Hal ini disebabkan skala usaha yang masih kecil dan pendapatan yang kecil sehingga belum memungkinkan mempekerjakan dan menggaji orang lain. (Ana Miswati 2021), Yang mereka pekerjakan selama ini baru memberdayakan sumberdaya keluarga diantaranya anak, adik dan yang ada dalam keluarga inti.

Usaha ultra mikro dan mikro dapat difahami perkembangan usaha mereka pada umumnya secara bertahap mengalami kenaikan usaha yang baik. Namun demikian pada masa pandemik covid 19 kondisinya boleh dikatakan stagnan dan cenderung menurun.

4.6 Faktor penghambat perkembangan pasar kue Kampus

Beberapa kendala yang menjadi penghambat perkembangan pengusaha dan pedagang pasar kue kampus, dapat diklasifikasikan dalam dua hal, yaitu faktor internal dan eksternal.

4.6.1 Faktor internal berupa : Modal dan Sumberdaya Insani.

Modal

Salah satu hal yang penting dalam berusaha dan mengembangkannya adalah masalah permodalan. Semakin besar modal yang dipergunakan dalam melakukan usaha, maka kemungkinan usahanya berkembang akan semakin besar. Kurangnya modal membuat pelaku usaha membatasi jumlah dan jenis kue/jajanan pasar yang dibuat. Ini berdampak pada pendapatan yang didapat.

Sumberdaya Insani

Selain modal usaha ultra mikro dan mikro terkendala pada sumberdaya insani. Jika dilihat dari pendidikan pengusaha di pasar kue kampus berpendidikan dasar dan menengah. Dengan pendidikan yang rendah dan belum optimalnya pembinaan atau pelatihan kepada pelaku usaha terkait management, pemasaran tentu berpengaruh pada kemampuan untuk melakukan inovasi produk, kemasan, pengembangan pasar dan cara menghadapi konsumen.

Dari pengamatan peneliti, produsen kue di pasar kue kampus, kebanyakan hanya melakukan apa yang biasa dilakukan setiap hari, tanpa ada usaha pengembangan pasar, inovasi produk. Termasuk layanan kepada pembeli potensial. Termasuk ketika cuaca lagi tidak bersahabat, musim hujan umpamanya, sehingga kue/dagangannya banyak yang tidak terjual. Belum ada inisiatif untuk menjual ditempat lain atau memasukkan ke kios atau toko-toko yang mau menjual kue mereka.

Dengan latar belakang pendidikan yang rendah berefek pada pelaku usaha tidak cukup pengetahuan dan kemampuan untuk mengakses modal untuk pengembangan usaha. Mereka sebagian besar menjalankan usaha dengan modal sendiri. Selama ini yang masuk ke pasar rata-rata rentenir yang menawarkan bunga cukup tinggi. Karena sampai saat ini usaha ultra mikro dan mikro di pasar kue kampus boleh dikatakan belum bankable. Belum memenuhi persyaratan untuk mengajukan pendanaan ke lembaga perbankan.

Sumber Daya Insani (SDI) adalah faktor penting yang harus dikembangkan dalam semua jenis usaha. Khususnya bagi pengembangan UKM agar dapat bersaing dengan produk lainnya yang sejenis. Manajemen pengelolaan UKM harus dibenahi. Biasanya, pengelolaan keuangan usaha kecil masih menjadi satu dengan keuangan rumah tangga,

sehingga sulit ditentukan berapa besar uang yang masuk dan keluar. Peningkatan kualitas SDM bisa dilakukan dengan pelatihan, seminar, pendidikan, dan lokakarya, serta kerja sama usaha. Lalu dilanjutkan dengan pendampingan.

4.6.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang menjadi penghambat bagi perkembangan usaha di pasar kue kampus diantaranya adalah: Persaingan, Lokasi Usaha, Pemerintah

Persaingan

Dalam dunia usaha, persaingan merupakan keniscayaan, termasuk di pasar kue kampus. Posisi pasar kue kampus cukup strategis, karena cukup dikenal kalangan penjaja dan agen kue di kota metro dan sekitarnya. Komuditas jajanan pasar yang banyak diketahui dan dikuasai orang mendorong orang untuk membuat dan memproduksi kue dan jajanan yang sejenis. Bahkan beberapa usaha dari pengusaha sudah mulai muncul dengan bentuk dan kemasan yang terlihat lebih bagus. Untuk itu dipandang perlu untuk meningkatkan kreatifitas dengan berbagai hal yang dapat meningkatkan dan mengembangkan usaha.

Pilihan untuk mengembangkan jaringan usaha bisa dilakukan dengan membentuk pola subkontrak, klaster, atau kemitraan. Banyak pengusaha kecil yang tidak terikat dengan jaringan subkontrak atau kemitraan dengan perusahaan besar, sehingga eksistensi usahanya sangat rentan. Kebaikan pola subkontrak yaitu, UKM akan terus menjadi pemasok barang yang diperlukan oleh usaha lainnya. Sedangkan pola klaster (mendekatkan usaha-usaha sejenis dalam satu wilayah geografis) diharapkan mampu menghasilkan produk dengan keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar. Kemitraan dengan pengusaha yang lebih besar juga penting, sebab pemberdayaan usaha kecil tidak berarti meniadakan eksistensi perusahaan besar. Pemberdayaan harus mempunyai nilai penguatan terhadap semua pihak dan berjalan saling menguntungkan.

Lokasi Usaha

Pada pasar kue kampus lokasi usaha tidak begitu mempengaruhi perkembangan usaha. Dikarenakan pasar kue kampus lebih berfungsi seperti pasar induk kue, yang tidak memerlukan tempat khusus. Sebab setiap pagi para penjaja dan distributor sudah menanti untuk mengambil dan mendistribusikan kue para pengrajin. Pagi itu kue dipastikan dibawa semua dan para produsen tinggal menunggu setoran para pedagang yang

menjajakan kue sampai pukul sembilan pagi.

Pemerintah

Kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan pasar tradisional dapat membantu perkembangan usaha mikro. Dalam hal ini pemerintah daerah dapat membuat kebijakan dan alokasi dana dan pengembangan manajemen agar usaha mikro dapat naik kelas. Selama ini bantuan masih sporadis dan belum secara simultan, sehingga bantuan belum cukup berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Bantuan selama ini hanya berbentuk uang, tetapi tidak dikembangkan pada manajemen dan akses pasar yang lebih luas.

5. KESIMPULAN

Jumlah produsen jajanan pasar di pasar Kue kampus sebanyak 35 orang dan yang menjadi distributor jajanan pasar sebanyak 22 orang pedagang. Pasar Kue Kampus mulai beraktifitas pada pukul 05.00 sampai dengan pukul 09.00 setiap hari, dengan berbagai jenis jajanan pasar. Perkembangan pasar kue kampus dapat dilihat dari omset, jenis kue dan tenaga kerja. Usaha ultra mikro dan mikro perkembangannya cukup baik. Namun dimasa pandemik covid 19 terdapat penurunan usaha yang cukup signifikan.

6. REFERENSI

- Abu Ahmadi, 2009. Ilmu Sosial Dasar, Asdi Mahasatya, Jakarta
- Ana Miswati, 2021. Produsen Kue Jajanan Pasar, Wawancara tanggal 20 Januari
- Atika Oktaria, Covid-19 Pukul 30 Ribu UMKM Lampung. <https://lampungpost.id/ragam/covid-19-pukul-30-ribu-umkm-lampung/>
- Aye Sudarto, 2021. Perekonomian Indonesia, Lampung Membangun 2021
- _____(2020) Pelatihan Manajemen Pengelolaan dan kewirausahaan, Pelatihan Pengembangan Kewirausahaan Kemenaker RI dan Jaringan LSM Penanggulangan Pekerja Anak (Jarak)
- Ayu Linda Marcelina, 2012. Analisis Dampak Kredit Mikro terhadap perkembangan usaha mikro. U. Diponegoro, Semarang ,
- Dara Haspramudilla, 2020. Menguatkan Sang Pahlawan Ekonomi dari Gempuran Pandemi, Media Keuangan Transparansi Informasi Kebijakan, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Vol XV/no 158/ November
- Eka Puryani, 2021. Produsen jajanan Pasar, Pasar Kue Kampus, Wawancara tanggal 15 Januari
- Euis Amalia, 2009. Keadilan Distributif Dalam ekonomi Islam, Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia. Rajawali Jakarta
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/usaha>

- Fery Prasetyo, 2012. *Ekonomi Publik*. Univ. Brawijaya malang,
- Gunawan Sumoningrat, 2005. *Pemberdayaan Masyarakat*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Hendry Faisal, 2010. *Ekonomi Media*. Raja Grasindo Persada, Jakarta, 2010
- Harmaisar Zaharudin, *Menangkap Peluang Usaha*, CV Dian Anugerah Prakasa, Yogyakarta
- Irawidya, 2021. *Tiga Ribu Lebih UMKM di Lampung Terdampak Covid-19*, <https://harianmomentum.com/read/29079/tiga-ribu-lebih-umkm-di-lampung-terdampak-covid-19>. Kadeni.
- Ninik Srijani, 2020. *Peran UMKM Dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*, *Journal Equilibrium* Vol 8 Nomor 2
- Isnaeni Rohayati, 2017 -2018. *Pengukuran Kinerja pada UMKM*, *Jurnal Unsoed Purwokerto* Kementerian Koperasi, Perkembangan Data UMKM
- Lia Amalia, 2007. *Ekonomi Pembangunan*, Graha Ilmu Yogyakarta
- Misro, 2021. *Ketua RT 21 RW 09 Kelurahan Iring Mulyo*, Wawancara tanggal 15 Januari
- Mutiah, 2021. *Produsen Jajanan Pasar, Pasar kue Kampus*. Wawancara tanggal, 15 Januari
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 tahun 2007 tentang peranan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern
- Raisa Karina Hadi, 2015. *Studi Eksploratif Tentang FaktorFaktor Kegagalan Implementasi Kebijakan Relokasi Pedagang Pasar Waru Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo*, *Journal Kebijakan dan Manajemen Publik*, Vol 3 Nomor 1
- Rakhmindyarto, 2020. *Menjaga Ketahanan UMKM di Masa Pandemi*, *Media KeuanganTransparansi Informasi Kebijakan*, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Vol XV/no 158/ November
- Suejono Soekarno, 2005. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Raja Grasindo Persada Jakarta
- Taufiq Chalil, 2021. *Pedagang dan Tokoh Pemuda*, Wawancara tanggal 20 Januari
- UU no 9 tahun 1995 tentang usaha kecil.
- UU No 20 tahun 2008 tentang UMKM.
- Wijianto, Ika Farida, Ulfa 2016. *Pengaruh Status Sosial dan Kondisi Ekonomi Keluarga terhadap Motifasi bekerja*, *Journal* Vol 2 no 2