

ANALISIS KETAHANAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus Kerajinan Anyaman Rotan di Desa Loang Maka, Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah)

Sakdiah¹⁾, Dian Sista Ningsih²⁾,

1,2) Universitas Islam Negeri Mataram

1) sakdiah@uinmataram.ac.id, 2) 180105166.mhs@uinmataram.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana eksistensi UMKM kerajinan anyaman rotan selama masa pandemi dan strategi-strategi yang mempengaruhi UMKM kerajinan anyaman rotan untuk tetap bertahan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan dan menggambarkan tentang eksistensi UMKM kerajinan anyaman rotan untuk bertahan selama pandemi dan strategi bertahan yang dilakukan UMKM kerajinan anyaman rotan di Desa Loang Maka, Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi UMKM kerajinan anyaman rotan selama pandemi diantaranya sebagai berikut: 1) pengelolaan modal 2) pemanfaatan penjualan digital 3) menjaga kualitas kerajinan 4) pelatihan dalam pengembangan produk. Kemudian ada beberapa strategi yang mempengaruhi keberlangsungan kerajinan anyaman rotan selama pandemi, strategi tersebut diantaranya adalah 1) faktor diri sendiri 2) faktor kondisi perekonomian 3) faktor media sosial 4) faktor modal 5) faktor kebutuhan konsumen. Dari beberapa faktor tersebut sudah dilakukan dan dialami oleh para pelaku usaha kerajinan anyaman rotan yang ada di Desa Loang Maka, Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah.

Kata kunci: pandemic covid-19, eksistensi bertahan, faktor-faktor bertahan, UMKM kerajinan anyaman rotan

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh unit usaha atau perorangan yang bergerak pada bidang ekonomi dan dilakukan secara mandiri dimana biasanya orang yang menjalankan UMKM ini disebut sebagai pelaku usaha. UMKM ini menjadi peranan yang penting pada bidang perekonomian di dunia, baik di negara maju ataupun di negara berkembang.

Reny dan Dedi mengemukakan bahwa "dalam perekonomian Indonesia UMKM menjadi salah satu kelompok dalam bidang berbisnis dan mampu bertahan terhadap krisis ekonomi karena memiliki jumlah yang sangat besar" sehingga apapun kendala yang dihadapi oleh UMKM selama menjalankan usahanya tetap bisa dilalui oleh para pelaku usaha. (2021).

Hamza dan Agustien dalam jurnal Clarisa Octaviani Mahendra Putri, dkk. (2021), berpendapat bahwa:

"UMKM juga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi sehingga berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Kemudian alasannya UMKM mampu bertahan terhadap krisis ekonomi karena UMKM menjadi entitas produsen sekaligus konsumen yang cukup besar sehingga uang yang beredar hanya mengalami perputaran dalam masyarakat sedangkan yang mengelola UMKM juga masyarakat sendiri".

Kerajinan anyaman rotan merupakan salah satu seni yang banyak diminati para wisatawan, kreasi kerajinan anyaman di Lombok dibuat dari bahan baku alam yang beragam. Salah satunya seperti terbuat dari rotan. Kerajinan rotan ialah anyaman kerajinan dibuat tanpa bantuan mesin-mesin alias dengan tangan pengrajin anyaman rotan itu sendiri. Kerajinan anyaman rotan memang mempengaruhi pendapatan masyarakat akan tetapi UMKM kerajinan tangan anyaman rotan tidak memberikan dampak besar terhadap pengrajin, hanya saja

mempengaruhi penurunan pesanan produk-produk kerajinan anyaman rotan selama pandemi ini. Yang menyebabkan para pengusaha kerajinan anyaman rotan dan para pengrajin anyaman rotan tersebut mengalami kendala dalam mempertahankan usahanya.

Dengan adanya kebijakan dari pemerintah, masyarakat diberikan batasan baik pada sektor industri maupun ekonomi, sehingga masyarakat kehilangan pekerjaannya. Selain itu, pada usaha kerajinan anyaman rotan mengalami kekurangan modal untuk melanjutkan usaha. Bahkan pada usaha tersebut terjadi gulung tikar atau tutup usaha. Namun ada beberapa UMKM yang masih tetap mempertahankan usahanya sehingga masih bertahan sampai saat ini.

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelaku UMKM dalam mempertahankan usahanya. Salah satu faktornya menurut Ira Aprilianti dalam jurnal Clarisa Octaviani Mahendra Putri, dkk (2021) ialah:

“Penggunaan teknologi digital dimasa pandemi. Peneliti CIPS mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi digital maka mereka memiliki kesempatan yang sama untuk berada dalam satu platform melalui marketplace dalam hal promosi dan menjualkan produknya. Selain itu ada faktor yang paling menentukan yang bersifat internal yakni adanya inovasi dan kreatifitas pelaku usaha dalam mengembangkan dan mempertahankan UMKM. Mencari strategi yang sesuai dengan kondisi, selalu mencari cara dan tidak mudah menyerah juga merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi ketahanan UMKM”.

Teknologi digital dapat dimanfaatkan sebagai strategi mempertahankan UMKM, apalagi pada masa pandemi bahwa ketahanan UMKM mengalami penurunan yang cukup signifikan. Sehingga banyak pelaku UMKM yang tidak dapat mempertahankan usahanya dan akhirnya mengalami kebangkrutan, dan tidak bisa melanjutkan usahanya. Dalam hal ini para pelaku UMKM bisa melakukan promosi dan menjualkan produknya dengan memanfaatkan teknologi digital. Teknologi digital yang dapat dimanfaatkan seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *shoppee*, dan sebagainya. Selain itu juga diperlukan adanya inovasi dan kreatifitas untuk menarik konsumen.

Kreatifitas memiliki peranan yang penting dan juga dapat menjadi strategi untuk mempertahankan UMKM. Menurut Semi Senianawan dalam jurnal Reni dan Dedi (2021) berpendapat bahwa kreatifitas merupakan “suatu kemampuan untuk menciptakan produk baru”. Kemampuan ini merupakan modifikasi untuk membuat konsep yang baru agar konsep lama dapat dikombinasikan dengan konsep yang baru, sehingga menjadi kekuatan dalam mempertahankan UMKM. Selain kreatifitas, inovasi juga memegang peranan penting, inovasi mempunyai makna sebagai pembaharuan dengan menciptakan sesuatu yang sebelumnya sudah ada kemudian terjadi perubahan yang baik, berkualitas, menarik dan lebih banyak diminati dari pada sebelumnya. Maka dari inovasi dan kreatifitas diperlukan terus menerus karena adanya kebutuhan dan permintaan dari pelanggan yang selalu berubah-ubah dan tidak ingin mengkonsumsi produk yang sama. Maka dari itu, dalam berbisnis inovasi dan kreatifitas perlu dimiliki dan dikembangkan demi kesuksesan seperti yang dibutuhkan UMKM saat ini. Karena inovasi ada dari terbentuknya suatu kreatifitas.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan di Desa Loang Maka, Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah. Tanggal, 29 November 2021 menunjukkan bahwa data yang didapatkan pada tahun 2019 pengrajin anyaman rotan sebanyak 388 yang kemudian anyaman rotan sebagai pendapatan sampingan masyarakat Desa Loang Maka. Dengan jumlah jenis pekerjaan pada tabel di atas sebanyak 15 jenis pekerjaan. Maka dapat disimpulkan bahwa antara sebelum pandemi pada tahun 2019 dan sesudah pandemi 2022 memiliki dampak yang signifikan, dapat dilihat dari pengrajin anyaman rotan pada tahun 2019 sebanyak 388 pengrajin dan tahun 2022 sebanyak 115 pengrajin kerajinan anyaman rotan, artinya 70% dari pengrajin anyaman rotan sesudah pandemi mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Dari jumlah tersebut pendapatan tidak hanya bisa didapatkan oleh kepala rumah tangga yang ada di dalam keluarga tersebut. Namun pendapatan juga bisa didapatkan oleh ibu rumah tangga. Karena Dalam hal ini ibu rumah tangga menghasilkan

pendapatan melalui kerajinan anyaman rotan yang ada di desa. Sehingga ibu rumah tangga mempertahankan perekonomian keluarganya melalui usaha tersebut. Banyak dari ibu rumah tangga yang juga memberikan kontribusi kepada rumah tangganya dalam bentuk penghasilan.

Namun, semenjak terjadinya pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mempertahankan usahanya. Begitu pula dengan keadaan masyarakat yang ada di Desa Loang Maka, masyarakat yang bekerja sebagai pengrajin anyaman rotan mengalami kendala dalam mempertahankan perekonomiannya yang disebabkan oleh Covid-19 itu sendiri. Yang biasanya mendapatkan pesanan dalam jumlah banyak dalam UMKM kerajinan tersebut. Karena adanya pandemi pengusaha UMKM kerajinan rotan mengalami penurunan pesanan dan kesulitan dalam mempertahankan modal sebelumnya. Sehingga itulah yang mempengaruhi para pengrajin dalam mempertahankan usahanya. Kemudian ada beberapa strategi yang dilakukan oleh para pengrajin dalam mempertahankan usahanya, Salah satunya ialah dengan cara tetap memproduksi beberapa produk anyaman yang masih dipesan pada saat pandemi, walaupun jumlah yang dipesan tidak sebanyak seperti sebelum pandemi itu terjadi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana eksistensi UMKM kerajinan anyaman rotan selama pandemi di Desa Loang Maka Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah? 2) Bagaimana strategi bertahan yang dilakukan UMKM kerajinan anyaman rotan selama masa pandemic di Desa Loang Maka, Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah?

Kerangka Teori

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

a. Pengertian UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan dan merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang berdasarkan pengertian tersebut UMKM merupakan badan usaha yang dimiliki seseorang dengan memiliki kriteria modal usaha yang terbatas. Primiana dalam Hamdani (2019) berpendapat bahwa usaha mikro kecil dan menengah merupakan "bentuk kegiatan ekonomi

rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Zulkarnain dalam Hamdani (2019) menjelaskan bahwa usaha kecil ialah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut:

- 1) Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp1 miliar rupiah.
- 3) Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, terafiliasi, baik lansung maupun tidak lansung dengan usaha menengah atau skala besar.
- 4) Berbentuk badan usaha yang dimiliki perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomer 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang dipergunakan, yakni antara lain:

- 1) Usaha Mikro
Usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang.
- 2) Usaha Kecil
Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dan bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik lansung maupun tidak lansung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang telah diatur dalam undang-undang.
- 3) Usaha Menengah
Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak dari perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik lansung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang.
Ada beberapa ciri-ciri usaha menengah diantaranya:
 - (a) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur dan lebih modern, dengan pembagian tugas

yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi.

- (b) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
- (c) Telah melakukan peraturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada jamsostek, pemeliharaan kesehatan dan lain-lain.
- (d) Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dan lain-lain.
- (e) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.
- (f) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.

Berdasarkan undang-undang No 20 Tahun 2008 tersebut usaha mikro, kecil dan menengah merupakan sebuah undang-undang yang diperuntukan bagi masyarakat dalam membuat sebuah UMKM, yang dimana UMKM merupakan sebuah kegiatan dalam melakukan usaha ekonomi bagi masyarakat. Adapun dalam UMKM disini adalah membantu masyarakat kalangan menengah dalam memperoleh penghasilan melalui usaha-usaha yang dijalankan seperti membuka warung, toko dan usaha usaha kerajinan tangan lainnya.

b. Strategi yang Mempengaruhi Ketahanan UMKM

Adapun beberapa strategi yang dapat mempengaruhi ketahanan UMKM, antara lain:

1) Meningkatnya Penggunaan Teknologi Digital Marketing

Purwana dalam jurnal Hardilawati mengemukakan bahwa digital marketing merupakan "kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial" dengan menggunakan jaringan sosial maka akan mempermudah para pelaku UMKM dalam mempromosikan usahanya. Kemudian cara pemasaran yang sering dilakukan oleh para pelaku usaha ialah dengan menggunakan media sosial seperti memasarkan produk melalui *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan lain-lain sebagainya.

Karena adanya peningkatan jumlah pengguna teknologi digital sehingga dapat menjadi peluang besar bagi para pelaku UMKM. Peneliti CIPS mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi digital maka mereka memiliki kesempatan yang sama untuk berada

dalam satu platform melalui *marketplace* dalam melakukan promosi dan menjualkan produknya.

Ada beberapa bentuk pemasaran digital yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat melakukan pemasaran produk adalah sebagai berikut:

- a) Publikasi video dan foto produk di akun sosial media secara intensif. Penggunaan sosial media juga disesuaikan dengan segmen produk yang kita miliki.
- b) Memanfaatkan *facebook ads*, *instagram ads*, *twitter ads*, *google display network* dan lain-lain yang dapat dengan mudah diakses melalui sosial media dan dapat menjangkau konsumen dengan kriteria yang sudah kita tentukan sebelumnya.
- c) Membuat video produk pemasaran yang ditayangkan melalui sosial media atau melakukan live promosi produk. Strategi ini jika dilakukan dengan benar akan berpengaruh positif terhadap bisnis yang dijalankan.
- d) Melibatkan konsumen didalam pemilihan produk, melakukan edukasi dan pengenalan terhadap kualitas produk secara intensif di akun media sosial dan menggunakan kata-kata kreatif dan menggunakan hastag (#) agar lebih mudah ditemukan konsumen. Dengan hal ini nantinya terbentuk kesadaran merek dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2) Memanfaatkan Penjualan *E-commerce*

E-commerce adalah proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-commerce* telah menciptakan pasar digital baru dengan harga yang lebih transparant, kemudian akses pasar global dan perdagangan yang sangat efisien.

Pengolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan seseorang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Suyanto tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan :

- a) *Business to business* (B2B), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.
- b) *Business to Consumer* (B2C), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara pihak penjual

(penyedia jasa *e-commerce*) dengan individual atau pembeli.

- c) *Consumer to Consumer* (C2C), adalah model *e-commerce* dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep *e-commerce* jenis ini banyak digunakan dalam situs lelang secara *online*.
- d) *Consumer to Business* (C2B), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis *e-commerce* seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia.

Tujuan utama dari penggunaan *e-commerce* oleh pelaku UMKM tentunya untuk dapat meningkatkan keuntungan mereka, tapi selain itu terdapat tujuan lain yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha diantaranya dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas yang sebelumnya hanya terbatas melakukan penjualan hanya di daerah-daerah tertentu, namun dengan adanya *e-commerce* dapat menjangkau konsumen baru. Pelaku UMKM tidak hanya dapat menjadikan *e-commerce* sebagai media pembelajaran. Pelaku UMKM juga dapat melihat dan melakukan observasi penjualan yang dilakukan oleh pesaing dan mengadopsinya.

3) Adanya Inovasi dan Kreatifitas

Yani dan Wadi dalam jurnal Reni dan Dedi (2021) berpendapat bahwa:

"kreatifitas dan inovasi mempunyai peran penting dalam dunia berbisnis. Pada inovasi dan kreatifitasnya memiliki peran yang berbeda tetapi masih memiliki batasan yang tegas. Langkah pertama dalam menuju inovasi yaitu suatu kreatifitas".

Wan Laura Hardilawati dalam jurnal Reni dan Dedi (2021) mengemukakan ada beberapa inovasi dan kreatifitas yang bisa dilakukan untuk bertahan selama pandemi antara lain:

- (a) Memodifikasi produk yang menciptakan *quality, feature dan style* untuk meningkatkan penjualan.
- (b) Melakukan semua aktivitas bisnis dengan perencanaan baik untuk menyesuaikan antara produk-produk yang dihasilkan.
- (c) Meluncurkan pasar digital untuk memasarkan produk secara daring atau online.

4) Faktor Kondisi Perekonomian

Reny dan Dedi (2021) mengemukakan bahwa "dalam perekonomian Indonesia UMKM menjadi salah satu kelompok dalam bidang berbisnis dan mampu bertahan terhadap krisis ekonomi karena memiliki jumlah yang sangat besar" sehingga apapun kendala yang dihadapi oleh UMKM selama menjalankan usahanya tetap bisa dilalui oleh para pelaku usaha.

Keberhasilan suatu usaha dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya ialah faktor perekonomian. Dimana pengertian ekonomi menurut Robbins bahwa ekonomi adalah "sebuah studi tentang prilaku manusia sebagai hubungan antara tujuannya dihadapkan dengan ketersediaan sumber daya supaya mencapai tujuannya."

5) Memiliki Kepercayaan Diri dan Kemandirian Yang Tinggi.

Setiap pebisnis harus memiliki rasa percaya diri yang tinggi karena setiap bisnis apapun yang dilakukan tentu memiliki faktor resiko. Tanpa memiliki kepercayaan yang tinggi bisnis tidak akan dapat berjalan lancar karena tidak berani menanggung segala resiko yang akan dihadapinya. Bila sudah memiliki kepercayaan diri, dengan modal yang kecilpun sudah bisa memulai usaha. Seseorang pebisnis juga harus memiliki mental wirausaha dan kemandirian yang tinggi sehingga tidak bermasalah dalam menjalankan usahanya. Jika tidak memiliki mental wirausaha, maka dapat dipastikan pebisnis itu akan putus asa dan gulung tikar.

6) Kepercayaan Pelanggan dan Daya Beli Konsumen

Ada beberapa faktor penentu agar konsumen memiliki daya tarik untuk memiliki suatu produk diantaranya karena kualitas produk, spesifikasi atau kualitas dan juga harga dari produk. Sehingga munculah daya beli konsumen karena ketertarikan dalam membeli suatu produk.

Oleh karena itu pentingnya dalam hal menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik serta memuaskan dan menjaga juga relasi bisnis dengan cara menjaga kualitas barang dan bisa menepati janji pembayaran sesuai ketentuan yang berlaku.

Dari faktor-faktor di atas maka ketahanan sebuah UMKM ketika terjadinya sebuah krisis ekonomi yang dimana ada faktor pendukung yaitu faktor internal seperti aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek produksi. Dan faktor eksternal seperti, aspek teknologi, kebijakan pemerintah, aspek sosial ekonomi, aspek peran lembaga yang terkait faktor-faktor inilah yang menjadi bahan sebagai ketahanan sebuah UMKM.

Kerajinan Anyaman Rotan

a. Pengertian Kerajinan

Menurut KBBI, kerajinan berasal dari kata "rajin", yang artinya suka bekerja, *getol* atau yang kerap sekali dilakukan. Artinya kerajinan merupakan perihal rajin, juga pengalaman dengan ketekunan yang menghasilkan berbagai barang, perabot, hiasan atau barang-barang lain yang artistik. Kerajinan adalah sifat dari rajin manusia dan ketekunan manusia yang memiliki tangan terampil untuk menciptakan suatu benda, sehingga tangan itu akan menjadi terlatih dan lebih kreatif, dan keterampilan tangan manusia yang dapat didukung oleh alat-alat sederhana yang mengutamakan keterampilan dari pada ekspresi, karena kerajinan merupakan suatu kegiatan ekonomi, maka usaha ekonomi, maka usaha kerajinan dikategorikan dalam usaha industri yang belum memasuki tingkat pabrik, baru pada tingkat kerajinan rumah tangga dan industri.

Adapun pengertian kerajinan menurut Kusnadi, ia berpendapat bahwa:

"seni kerajinan menurut kata harfiahnya dilahirkan dari kata sifat-sifat rajin manusia. Namun harus di sadari bahwa titik berat dari penghasilan dan pembuatan seni kerajinan, bukan hanya dikarenakan, sifat rajin manusia (sebagai lawan dari kata malas), melainkan lahir dari kata terampil atau *keprigelan* (Jawa: tangan kita".

Dalam pengertian di atas dapat dikatakan bahwa kerajinan merupakan sebuah seni yang dilakukan seseorang dalam mengembangkan bakat sehingga dapat menghasilkan sebuah usaha. Kemudian dari usaha yang dibuat melalui kerajinan tersebut memberikan pemasukan secara finansial bagi orang yang menjalankan usaha tersebut.

b. Pengertian Anyaman Rotan

Menurut Rian dalam jurnal Ujung dan Chairani (2018) mengungkapkan bahwa:

"Anyaman adalah tenunan yang dibuat dari susunan benang, bilah, daun pandan dan sebagainya. Dengan tindih menindih, silang menyilang atau dipersilangkan miring dari kiri ke kanan dan kembali begitu seterusnya, sehingga didapatkan hasil anyaman. Dengan demikian anyaman adalah suatu keterampilan masyarakat dalam pembuatan barang dengan cara atau teknik susuk menyusuk, tindih menindih dan saling melipat antara lungsing

dan pakan sehingga saling menguatkan satu dan lainnya".

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa anyaman merupakan sebuah kegiatan kerajinan tangan yang dibuat masyarakat dengan menggunakan rotan, benang dan lainnya sehingga menghasilkan sebuah karya yang dapat dijadikan usaha oleh masyarakat.

Berdasarkan bentuknya, anyaman dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1) Anyaman dua dimensi, yaitu anyaman yang hanya memiliki ukuran panjang dan lebar saja, kalaupun seandainya memiliki kelebihan, ketebalan tersebut tidak terlalu diperhitungkan.

2) Anyaman tiga dimensi, yaitu anyaman yang memiliki ukuran panjang, lebar, dan tinggi.

Sedangkan berdasarkan cara membuatnya, anyaman dibagi menjadi tiga antara lain:

1) Anyaman datar (sasak), yaitu anyaman yang dibuat datar, pipih, dan lebar. Jenis kerajinan ini banyak digunakan untuk tikar, dinding rumah tradisional, dan pembatasan ruangan.

2) Anyaman miring (serong), yaitu anyaman yang dibuat miring, biasa berbentuk dua dimensi atau tiga dimensi. Jenis kerajinan ini banyak digunakan untuk keranjang, tempat tape, dan lain sebagainya.

3) Anyaman persegi (truntum), yaitu anyaman yang dibuat dengan motif persegi, bisa segi tiga, segi empat, segi delapan, dan seterusnya.

Berdasarkan bentuk dan cara membuatnya, maka dapat mempermudah pengrajin dalam menentukan bahan dan bentuk anyaman rotan yang ingin dibuat, karena pada penjelasan di atas bentuk dan cara pembuatannya sudah dijelaskan secara rinci.

Kemudian rotan merupakan salah satu tumbuhan hutan yang mempunyai nilai komersil yang cukup tinggi, selain itu juga sebagai sumber devisa negara yang pemanfaatannya banyak melibatkan petani. Rotan pada umumnya tumbuh secara alami, dan menyebar mulai dari daerah pantai hingga ke pegunungan, pada elevasi 0-2900 mdpl. Secara ekologis, rotan tumbuh dengan subur diberbagai tempat, baik dataran rendah maupun yang agak tinggi, terutama di daerah yang lembab seperti di pinggiran sungai. Rotan cepat tumbuh dan relatif mudah dipanen serta diangkut. Rotan mempunyai beberapa kriteria dari segi pengolahannya, dari bahan mentah menjadi bahan yang siap diolah menjadi produk furniture.

Dari pengertian di atas, dapat diketahui bahwa rotan ialah tanaman yang biasa digunakan oleh para pengrajin dalam membuat sebuah kerajinan tangan, dengan berbagai macam bentuk kerajinan yang dapat dihasilkan oleh pengrajin itu sendiri. Karena rotan memiliki manfaat dan kegunaan tersendiri bagi masyarakat terutama pengrajin anyaman rotan. Hasil yang di peroleh dari anyaman rotan tersebut bervariasi, dan dapat menghasilkan karya kerajinan tangan yang indah.

Kondisi Ketahanan UMKM Kerajinan Anyaman Rotan di Masa Pandemi Covid-19

a. Eksistensi UMKM Kerajinan Anyaman Rotan di Masa Pandemi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aryansyah, dkk. dalam jurnal Clarisa Octaviani Mahendra Putri, dkk (2021) dalam mempertahankan UMKM di masa pandemi Covid-19 perlu adanya langkah-langkah yang harus dilakukan. Dan hasilnya terdapat beberapa langkah secara garis besar dimana kebanyakan dilakukan oleh pelaku UMKM terutama di sektor kerajinan anyaman rotan, diantaranya:

1. Berbisnis Yang Halal, Mulai Dari Modal, Proses, Hingga Penjualan

Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.

2. Melakukan Ekspor dan Impor Barang

Pebisnis harus memiliki pangsa pasar yang luas. Dengan melakukan ekspor dan impor barang berarti telah memperluas pangsa pasar. Semakin luas pangsa pasar yang didapatkan, maka semakin besar target penjualan dan keuntungan yang didapatkan. Menjadi seseorang pebisnis harus kreatif mencari dan menciptakan peluang pasar, meningkatkan produktivitas, dan efisien.

3. Menjaga Kepercayaan Relasi Bisnis.

Hal ini sangat penting bagi maju mundurnya usaha yang dilakukan. Karena menjaga suatu kepercayaan relasi bisnis dengan cara menjaga kualitas barang dan juga menepati pembayaran sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Cara menjaga kepercayaan pelanggan adalah dengan cara memberikan produk yang terbaik.

Tentunya saat pandemi tetap memperhatikan protokol kesehatan sehingga membuat perubahan dalam meminimalkan karyawan yang bekerja secara lansung serta mengurangi jam kerja dari biasanya.

4. Digital Marketing Berupa Media Sosial

Media sosial yaitu bagian dari teknologi informasi yang memberikan manfaat bagi pelaku usaha. Melalui media sosial pelaku usaha dapat memaparkan spesifikasi produk, kualitas, dan harga sehingga konsumen dapat lebih leluasa memilih barang yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuannya.

Karena para pelaku UMKM melihat adanya peluang dan kesempatan dari penggunaan media sosial dalam mempromosikan sekaligus memasarkan produknya, akhirnya media sosial dapat dijadikan sebagai langkah alternatif dan tepat yang dapat digunakan di masa pandemi seperti ini.

5. Memperbaiki Kualitas Produk dan Penambahan Layanan

Dalam mempertahankan suatu usaha juga diperlukan yang namanya inovasi baru dalam produk yang dijual serta menambah pelayanan agar pelanggan merasa puas dan akan membuat pelanggan baru lebih banyak terutama di sektor perdagangan. Seperti yang dipaparkan dalam pembahasan penelitian yang dilakukan oleh Januar, dkk, adapun beberapa produk inovasi anyaman kerajinan rotan yang muncul dalam kondisi pandemi sebagai alternatif pilihan oleh pelaku UMKM misalnya untuk hiasan dan kebutuhan yang menambahkan kesan keindahan pada suatu ruangan dan kebutuhan seperti tas, piring, dan alat-alat kebutuhan lainnya.

Dalam memperbaiki suatu kualitas produk maka dalam melakukan suatu usaha dapat menambahkan pelayanan dan penjualan dari produk yang dihasilkan dari usaha yang dilakukan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Kualitatif deskriptif merupakan deskriptif untuk memberi gambaran lebih jelas tentang situasi sosial. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Eksistensi UMKM Kerajinan Anyaman Rotan Selama Pandemi Covid-19 di Desa Loang Maka, Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah.

Pengaruh pandemi sangat berdampak bagi kehidupan masyarakat, dimana peraturan atau kebijakan yang telah dibuat atau ditetapkan oleh pemerintah tentu sangat berpengaruh terhadap

segala sisi kehidupan. Hal tersebut sangat berdampak terhadap perekonomian, dunia usaha dan pendidikan. Sehingga menyebabkan beberapa hal, diantaranya yaitu perekonomian masyarakat menurun, perekonomian negara menurun drastis, pandemi juga mempengaruhi industri dan sektor usaha. Ada beberapa cara yang dilakukan oleh pelaku UMKM agar dapat bertahan di masa pandemi covid 19 antara lain:

1. Pengelolaan Modal

Pengelolaan modal merupakan suatu langkah awal bagi para pelaku UMKM dalam mempertahankan UKMnya yang dimana pengelolaan modal ini menjadi suatu hal yang paling penting dalam membuat usaha, karna pada dasarnya berjalan atau mundurnya UMKM yang di buat tergantung dari pengelolaan modal awalnya. Terlebih lagi dimasa Covid-19 pelaku usaha atau UMKM harus mampu mengelola keuangan agar tidak mengalami kebangkrutan karena masalah finansial. Di Desa Loang Makapelaku UMKM merasakan dampak yang cukup signifikan sehingga para pelaku UMKM pengrajin rotan memutar otak agar mampu bertahan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Bambang Riyanto mengatakan bahwa seseorang pelaku usaha harus memiliki dana seperti :

- a. Meningkatkan jumlah aktiva perusahaan
- b. Penurunan jumlah perusahaan
- c. Kompensasi kerugian
- d. Pembayaran deviden, tunai dan
- e. Pembelian kembali saham-saham perusahaan.

2. Pemanfaatan Penjualan Digital

Di zaman sekarang saat ini sudah banyak sekali masyarakat yang mulai dari anak-anak sampai orang dewasa telah menggunakan fasilitas handphone/gadget yaitu berupa media sosial. Apalagi ditengah pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia termasuk masyarakat Desa Loang Makakhususnya, banyak dari masyarakat yang mengalami penurunan omset dan kesulitan dalam mempertahankan usahanya terlebih pada bidang UMKM kerajinan anyaman rotan.

Berkurangnya jumlah konsumen di beberapa sektor dan industri menuntut para pelaku UMKM kerajinan anyaman rotan untuk dapat memasarkan produknya secara maksimal dan berpikir kreatif serta inovatif. Sehingga para pelaku usaha kerajinan anyaman rotan menggunakan internet pada masa pandemi Covid-19 ini karena sudah menjadi keharusan dalam menjalankan bisnis. Kemudian salah satu upaya dalam menjual produk yang dapat

diadopsi oleh para pelaku UMKM kerajinan anyaman rotan adalah dengan menggunakan atau memanfaatkan penjualan digital. Era digital yang berkembang pesat saat ini tidak mungkin untuk dihindari.

Penjualan digital yang digunakan berupa *facebook* dan *shopee*, yang dimana dapat meningkatkan kinerja penjualan kerajinan anyaman rotan saat ini untuk tetap mempertahankan usaha para pengrajin. Kemudian dengan adanya digital penjualan akan menjadi salah satu *platform* komunikasi utama dalam penjualan serta *offline store* akan menjadi pelengkap bagi para pengrajin terutama bagi masyarakat Desa Loang Maka. Sehingga masyarakat yang berperan sebagai buruh pengrajin anyaman rotan juga merasakan dampak dari pemanfaatan penjualan digital.

Penjualan digital melalui *marketplace* yang ada di *facebook* ini juga berdampak positif bagi pelaku usaha kerajinan anyaman rotan dan masyarakat Desa Loang Maka yang berperan sebagai pengrajin anyaman rotan. Karena dengan adanya pemanfaatan penjualan digital tersebut dapat membantu para pengrajin dan pelaku usaha kerajinan anyaman rotan dalam mempertahankan usaha dan pendapatan mereka.

Adapun beberapa bentuk pemasaran digital melalui media sosial yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat melakukan pemasaran produknya di masa pandemi ialah sebagai berikut:

- a. Publikasi video dan foto produk di akun sosial media secara intensif. Penggunaan sosial media juga disesuaikan dengan segmen produk yang kita miliki.
- b. Memanfaatkan *facebook ads*, *instagram ads*, *twitter ads*, *google display network* dan *lain-lain*. yang dapat dengan mudah diakses melalui sosial media dan dapat menjangkau konsumen dengan kriteria yang sudah kita tentukan sebelumnya.
- c. Membuat video produk pemasaran yang ditayangkan melalui sosial media atau melakukan live promosi produk. Strategi ini jika dilakukan dengan benar akan berpengaruh positif terhadap bisnis yang dijalankan.
- d. Melibatkan konsumen didalam pemilihan produk, melakukan edukasi dan pengenalan terhadap kualitas produk secara intensif di akun media sosial dan menggunakan kata-kata kreatif dan menggunakan hashtag (#) agar lebih mudah ditemukan konsumen. Dengan hal ini nantinya terbentuk kesadaran merek dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3. Menjaga Kualitas Barang Kerajinan

Dalam rangka menghasilkan produk terbaik dari kerajinan anyaman rotan, maka para pengrajin anyaman rotan harus tetap mempertahankan kualitas barangnya di masa pandemi ini yaitu dengan meningkatkan kualitas barang kerajinan anyaman rotan. Karena dengan menjaga kualitas barang merupakan suatu hal yang sangat penting untuk mempertahankan suatu proses pembuatan produk anyaman rotan dengan menonjolkan fungsi kegunaannya untuk dipakai maupun sebagai pajangan dengan nilai estetika yang indah. Karena semakin tinggi suatu kualitas bahan dan rumitnya proses pembuatan anyaman rotan, maka kerajinan anyaman rotan tersebut akan dibanderol dengan harga yang semakin tinggi pula sesuai dengan tingkat pengelolaan dan kesulitan pembuatan produk anyaman rotan.

Dalam menjaga suatu kualitas produk kerajinan anyaman rotan memerlukan ide dan inovasi agar mendapatkan pengelolaan dan kualitas yang lebih baik. Namun sejak terjadinya pandemi ini para pelaku usaha kerajinan anyaman rotan mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku berupa rotan. Karena sejak terjadinya pandemi masyarakat di larang untuk beraktivitas di luar rumah sehingga untuk mendapatkan bahan baku berupa rotan mulai jarang. Dan para pengrajin di Desa Loang Maka harus berusaha semaksimal mungkin untuk tetap mempertahankan usahanya dengan cara mendapatkan bahan baku rotan bagaimanapun caranya. Setelah itu, pengrajin anyaman rotan dapat menjaga kualitas usaha kerajinannya dengan membeli bahan baku rotan dengan harga yang lebih tinggi, itu untuk tetap dapat membuat dan menghasilkan produk-produk anyaman rotan tersebut.

Pengrajin anyaman rotan yang ada di Desa Loang Maka mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku rotan sejak terjadinya pandemi yang melanda Indonesia termasuk masyarakat yang ada di Desa Loang Maka. Karena adanya proses distribusi bahan baku yang lambat menyebabkan adanya kelangkaan bahan baku rotan yang digunakan untuk membuat produk kerajinan anyaman rotan. Namun hal tersebut tidak menjadi alasan para pengrajin anyaman rotan yang di Desa Loang Maka untuk menyerah dalam mengelola kerajinan mereka. Para pengrajin anyaman rotan tetap berusaha dan semangat dalam mempertahankan usahanya dan tetap mengelola usahanya sesuai dengan protokol kesehatan yang sudah ditetapkan untuk mendapatkan kualitas produk yang lebih baik.

Adapun menurut Nasution dalam jurnal Reni dan Dedi (2021) ada tiga jenis inovasi antara lain:

- a) Inovasi pada suatu produk dapat dilakukan dengan menciptakan suatu produk atau jasa baru untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas. Dengan begitu hal tersebut adalah proses yang akan meningkatkan keuntungan di sebuah perusahaan.
- b) Inovasi pada setiap proses dengan suatu elemen baru yang mengacu dalam meningkatkan penekanan detail pada prosedur kerja atau layanan yang akan diproduksi.
- c) Inovasi pada administrasi ini berkaitan dengan perubahan metode operasi bisnis secara efektif yang turut melibatkan suatu perubahan dengan memanfaatkan dari kebijakan organisasi, alokasi sumber daya, dan faktor lainnya.

4. Pelatihan Dalam Pengembangan Produk

Sejak terjadinya pandemi Covid-19 yang mulai terjadi pada awal tahun 2020 dan memberikan dampak yang signifikan pada bidang ekonomi terutama di bidang UMKM kerajinan anyaman rotan yang ada di Desa Loang Maka.

Setiap usaha yang dilakukan membutuhkan karyawan atau buruh sebagai tenaga kerja untuk menjalankan aktivitas yang ada dalam suatu usaha yang dilakukan terutama bagi UMKM kerajinan anyaman rotan. Penurunan permintaan dan penjualan menyebabkan kebutuhan akan produksi anyaman rotan menjadi menurun. Implikasinya adalah pengurangan jumlah upah dan pengurangan jumlah buruh pengrajin anyaman rotan yang bekerja pada UMKM kerajinan anyaman rotan pasca covid-19.

Guna menyelesaikan dan menanggulangi akan terjadinya krisis ekonomi atau gulung tikar terhadap para pelaku UMKM, pemerintah desa telah memberikan sebuah perhatian terhadap eksistensi dari usaha UMKM. Salah satu bentuk bantuan yang dikeluarkan pemerintah desa berupa bantuan dengan memberikan pelatihan dalam mengembangkan kualitas produk anyaman rotan kepada masyarakat yang ada di Desa Loang Maka terutama bagi UMKM kerajinan anyaman rotan yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan produknya. Dimana proses pemberian pelatihan tersebut diberikan kepada para pelaku UMKM kerajinan anyaman rotan secara langsung di Kantor Desa Loang Maka.

Seperti yang dipaparkan dalam pembahasan penelitian yang dilakukan oleh Januar, dkk:

"Adapun beberapa produk inovasi anyaman kerajinan rotan yang muncul dalam kondisi pandemi sebagai alternatif pilihan oleh pelaku UMKM misalnya untuk hiasan dan kebutuhan yang menambahkan kesan keindahan pada suatu ruangan dan kebutuhan seperti tas, piring, dan alat-alat kebutuhan lainnya."

Dalam memperbaiki suatu kualitas produk maka dalam melakukan suatu usaha dapat menambahkan pelayanan dan penjualan dari produk yang dihasilkan oleh usaha yang dijalani. Dengan adanya pelatihan tersebut juga dapat membantu para masyarakat pengrajin anyaman rotan lebih siap dalam menghadapi pandemi ini untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas.

b. Strategi bertahan UMKM Kerajinan Anyaman Rotan di Masa Pandemi di Desa Loang Maka, Kecamatan Janapria, Kabupaten Lombok Tengah.

Ada beberapa strategi yang dilakukan oleh UMKM kerajinan anyaman Rotan dalam mempertahankan usahanya antara lain faktor diri sendiri, faktor perekonomian, faktor modal, faktor media sosial dan faktor kebutuhan konsumen.

1. Faktor Diri Sendiri

Adanya faktor dari sendiri dalam pelaku usaha kerajinan anyaman rotan sangat mempengaruhi usaha kerajinan anyaman rotan ini tetap dilakukan meskipun dalam kondisi apapun. Karena faktor dari diri sendiri merupakan faktor yang sangat penting dan utama dalam menjalankan suatu usaha itu sendiri. Dan faktor ini tentunya sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan usaha. Dan menjadi seorang pengusaha di butuhkannya karakter yang proaktif, penuh semangat dan bisa memulai sesuatu dari diri sendiri. Jiwa perintis merupakan bagian penting untuk seseorang bisa sukses dalam menjalankan suatu usaha termasuk UMKM kerajinan anyaman rotan. Dengan adanya tekad kuat dari para pengrajin anyaman rotan tersebut bisa mempengaruhi usaha yang akan dirintisnya.

Jika dari diri sendiri sudah siap dalam menjalankan suatu usaha maka seseorang pengusaha harus siap mengambil tindakan dan tidak membiarkan bisnis yang di jalani hancur atau tutup usaha dengan begitu saja. Oleh karena itu, kesiapan dari diri sendiri itu sangat penting terutama bagi pengrajin anyaman rotan. Dimana para pengrajin harus siap mengambil resiko dan menjalankan bisnisnya sesuai dengan konsep yang telah di tentukan.

Dalam melakukan suatu usaha tentu saja harus di mulai dari diri sendiri agar usaha apapun yang di jalankan seseorang yang menjadi pelaku usaha tersebut sudah siap menerima segala resiko kedepannya. seperti yang diungkapkan dalam teori berikut. Louster mendefinisikan bahwa kepercayaan diri dapat di peroleh dari pengalaman hidup, yang memiliki aspek kepribadian yang berupa keyakinan akan kemampuan dari diri seseorang sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, gembira, optimis,cukup toleran, dan bertanggung jawab.

2. Faktor Kondisi Perekonomian

Kondisi perekonomian juga dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelaku usaha kerajinan anyaman rotan dalam mempertahankan usahanya. Menurut Robbins bahwa ekonomi adalah "sebuah studi tentang prilaku manusia sebagai hubungan antara tujuannya dihadapkan dengan ketersediaan sumber daya supaya mencapai tujuannya." Kemudian Menurut Rian dalam jurnal Ujung dan Chairani mengungkapkan tentang anyaman rotan bahwa:

"Anyaman adalah tenunan yang dibuat dari susunan benang, bilah, daun pandan dan sebagainya. Dengan tindih mendindih, silang menyilang atau dipersilangkan miring dari kiri ke kanan dan kembali begitu seterusnya, sehingga didapatkan hasil ayaman. Dengan demikian anyaman adalah suatu keterampilan masyarakat dalam pembuatan barang dengan cara atau teknik susuk menyusuk, tindih menindih dan saling melipat antara lungsing dan pakan sehingga saling menguatkan satu dan lainnya."

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa anyaman merupakan sebuah kegiatan kerajinan tangan yang dibuat masyarakat dengan menggunakan rotan, benang dan lainnya sehingga menghasilkan sebuah karya yang dapat dijadikan usaha oleh masyarakat. Melalui usaha ini masyarakat mendapatkan pemasukan guna mempertahankan perekonomian mereka demi melangsungkan kehidupan dan dapat sedikit tidaknya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang kesulitan mencari pekerjaan di masa pandemi ini.

3. Faktor Media Sosial

Media sosial merupakan suatu platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi melalui platform online melalui *facebook, instagram, twitter* dan lain sebagainya. Dengan adanya media sosial ini dapat

membantu para UMKM untuk mempertahankan usahanya dengan cara memanfaatkan media sosial yang sudah ada. Terutama bagi pelaku usaha kerajinan anyaman rotan, dengan adanya media sosial ini dapat mempengaruhi keberlangsungan dari usaha tersebut.

Para pelaku usaha kerajinan anyaman rotan harus melakukan usahanya dan meluaskan pangsa pasarnya melalui media sosial karena keterbatasan beraktifitas di luar rumah. Dimana dalam hal ini para pengrajin melakukan pemanfaatan penjualan melalui *E-commerce*. Seperti yang di ketahui bahwa *E-commerce* adalah proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari satu perusahaan keperusahaan lainnya dengan komputer sebagai perantara teransaksi bisnis.

E-commerce telah menciptakan pasar digital baru dengan harga yang lebih transparan, kemudian akses pasar global dan perdagangan yang sangat efisien. Dengan adanya pemanfaatan ini dapat membantu para pengrajin dalam menjalankan usahanya.

4. Faktor Modal

Modal itu sendiri pada dasarnya ialah modal yang didapatkan atau berasal dari pemilik suatu usaha dan yang tertanam dalam suatu usaha tersebut dalam waktu yang tentu tidak menentu lamanya. Dan modal sendiri yang berasal dari sumber intern merupakan bentuk keuntungan yang dihasilkan oleh suatu UMKM. Sedangkan, modal yang berasal dari luar UMKM adalah modal yang berasal dari pemilik UMKM tersebut. Sehingga modal awal untuk memulai suatu usaha harus ada dan disiapkan terlebih dahulu.

Dampak pandemi covid-19 tidak hanya berdampak pada penurunan penjualan saja akan tetapi banyak UMKM yang kesulitan untuk melakukan angsuran bank dari pinjaman modal yang mereka lakukan untuk mempertahankan usahanya terutama bagi pelaku usaha kerajinan anyaman rotan itu sendiri.

Maka dari pendapat-pendapat tersebut dapat di artikan bahwa setiap usaha membutuhkan modal untuk tetap mempertahankan keberlangsungan suatu usaha yang dilakukan terutama bagi pelaku usaha kerajinan anyaman rotan. Karena modal merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan suatu usaha, investasi dan semua kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau penghasilan. Bagi pelaku usaha kerajinan anyaman rotan yang ada di Desa Loang Maka modal yang mereka dapatkan mereka

gunakan untuk tetap menjalankan usahanya agar tetap bertahan di masa pandemi ini. Sehingga para pelaku usaha kerajinan anyaman rotan harus benar-benar memanfaatkan modal yang ada.

Sehingga modal sangat penting untuk membayar upah para buruh pengrajin dan membayar angsuran-angsuran lainnya. Dengan adanya modal maka perekonomian masyarakat dan para pelaku usaha terselamatkan. Dimana dalam pendapat lain menyatakan bahwa:

"Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output".

5. Faktor Kebutuhan Konsumen

Kebutuhan tidak lepas dari keinginan seseorang untuk mencukupinya. Dimana seseorang akan memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan dan memilih produk sesuai keinginannya. Dalam hal ini konsumen berperan penting bagi pelaku usaha kerajinan anyaman rotan untuk tetap mengembangkan produknya agar kunsumen tetap tertarik dengan produk-produk baru dari pelaku usaha kerajinan anyaman rotan tersebut. namun setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Karena kebutuhan serta keinginan mereka tidak sama. Agar bisa memahami kebutuhan mereka, maka seseorang pelaku usaha harus mengenal terlebih dahulu kebutuhan mereka. Dengan cara dapat di pelajari dari perilaku dan gaya hidup konsumen.

Untuk tetap dapat memasarkan produk yang di buat maka seseorang pelaku usaha kerajinan anyaman rotan harus membuatnya berdasarkan kelompok-kelompok konsumen yang membutuhkan produk tersebut serta tren di pasaran dari waktu-ke waktu terus berubah, terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman maka dari itu seseorang pelaku usaha bisa mempelajari perilaku dan kebutuhan konsumen melalui tren di saat itu.

Dengan adanya kebutuhan dan gaya hidup yang berbeda dari setiap konsumen dapat membuat pelaku usaha kerajinan anyaman rotan berpikir lebih keras bagaimana caranya membuat produk-produk yang lebih berkualitas dan unggul di pasaran agar daya saing di pasaran juga bisa meningkat. Kebutuhan setiap konsumen itu berbeda-beda. Gaya hidup dan keinginan mereka tidak sama. Oleh karena itu pelaku usaha kerajinan

anyaman rotan yang ada di Desa Loang Maka harus tetap menjaga kepercayaan konsumennya dengan menciptakan produk-produk yang lebih baik lagi.

Karena memperhatikan kebutuhan konsumen yang ada pada saat itu sangat penting. Dan pelaku usaha juga harus tetap menjaga kepercayaan konsumen, seperti yang diungkapkan dalam pendapat di bawah ini:

“Ada beberapa faktor penentu agar konsumen memiliki daya tarik untuk memiliki suatu produk diantaranya karena kualitas produk, spesifikasi atau kualitas dan juga harga dari produk. Sehingga munculah daya beli konsumen karena ketertarikan dalam membeli suatu produk.”

4. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Eksistensi kerajinan anyaman rotan selama pandemi di Desa Loang Maka sebagian besar mengalami penurunan pendapatan, namun hal tersebut tidak menjadi alasan bagi para pelaku usaha kerajinan anyaman rotan yang ada di Desa Loang Maka untuk tutup usaha. Sehingga hal yang terjadi pada pelaku usaha kerajinan anyaman rotan ialah dengan mengurangi jumlah pengrajin yang ada pada setiap UMKM kerajinan anyaman rotan. Dan jumlah pengrajin yang berkurang sebelum pandemi dan setelah pandemi itu sebanyak 70%.
- 2) Adapun strategi bertahan yang dilakukan UMKM kerajinan anyaman rotan di Desa Loang Maka, yaitu dengan cara pelaku usaha kerajinan tersebut harus memulainya dari diri sendiri dan tetap bersemangat, optimis dalam melakukan suatu usaha agar usaha yang dilakukan tetap berjalan, serta mempertahankan modal yang ada di tengah pandemi yang terjadi dengan cara tetap membuat produk kerajinan anyaman rotan itu sendiri dan memasarkannya melalui media sosial berupa facebook dan melanjutkan intraksi jual belinya melalui whatsapp, sehingga dalam keadaan pandemic jual beli tetap bisa dilakukan melalui platform online.

5. DAFTAR PUSTAKA

Agus A kunut, dkk. (2014). Keanekaragaman Jenis Rotan (calamus spp.) di Kawasan Hutan Lindung Wilayah Kecamatan Dampelas Sojol

Kabupaten Donggala, *Warta Rimba*, Vol.2, No.2, Desember.

Agus Purwanto, dkk. (2020). *Studi Eksplorasi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Proses Pembelajaran Online di sekolah Dasar*, Indonesia Universitas Pelita Harapan.

Asdiganti Surya Patria dan Siti Mutmaniah. (2015). *Kerajinan Anyam Sebagai Pelestarian Kearifan Lokal*, Vol.12, No.1, Februari.

Citra Sari Ujung dan Chairani. (2018). Analisis Karya Seni Kerajinan Anyam Tali Kursiswa Kelas X Madrasah Aliyah Negeri 1 Stabat Berdasarkan Teknik Bentuk Dan Warna, *Gorga Jurnal Seni Rupa*, Vol.7, No.1.

Clarisa Oktaviana Mahendra Putri, dkk. (2021). Ketahanan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Jajanan Temple – Mamake di Banyuwangi). *Jurnal Prosiding National Seminar On Accounting, Finance, And Economics (NSAFE)*, VOL.1, NO.3.

Hamdani. (2019). *Mengenal usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) lebih dekat*, (uwais inspirasi Indonesia).

Hasan Alwi. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta Balai Pustaka.

Laudon dan Traver. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, *The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic*, Terj. Wan Laura Hardilawati, *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, Vol.10, No.1.

Lexy, J Moleong. (2001). *Metode penelitian kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Lina Sayekti. (2020). *Dalam Menghadapi Pandemi: Memastikan Keselamatan dan Kesehatan di Tempat Kerja*.

Mutimmatul Faidah, dkk. (2021). Keberlanjutan Usaha Spa di Alesya Spa Muslimah Surabaya di Tengah Pandemi Covid-19, *E-Jurnal*, Vol.10, No.2.

Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19* (Yogyakarta, K-Media, 2020).

Pedoman penulisan skripsi UIN Mataram Tahun 2021.

Primiana. (2019). *Mengenal usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) lebih dekat*, terj. Hamdani, (Uwais Inspirasi Indonesia).

Putri Diah Juniar Perdamaian. (2020). Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan Dan Pertumbuhan COVID-19 Di Indonesia, *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, Vol.2.

Rara Julia Timbara Harapan. (2020). Karakteristik Klinis Penyakit Coronavirus 2019, *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, Vol.2, No.3, Agustus.

Reni Tri Juni Munthe dan Dedi Rianto Rahadi. (2021). Inovasi dan Kreatifitas UMKM dimasa Pandemi (Studi Kasus di Kabupaten Bekasi), *Jurnal Magisma*, Vol.IX, No.1.

Ririn Gusmawarni, dkk. (2019). Kerajinan Anyaman Ketak Rotan Di Desa Beleka Lombok Tengah, *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, Vol.9, No.2.

Sangaji, E.M. dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta.

Suyatno M. (2003) (*Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, (Penerbit Andi, Yogyakarta.

Wan Laura Hardilawati. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 *The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic*, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, Vol.10, No.1.

Yesi Elsandra dan Ardhan Agung Yulianto. (2013). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Kecil dan Menengah Berbasis Industry Kreatif Melalui ICT, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol.2, No.1.