



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA

KEGIATAN:

**PERENCANAAN DAN PENGAWASAN
EKONOMI MIKRO KECIL**

SUB KEGIATAN:

**PENYUSUNAN MONITORING DAN EVALUASI
PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL KOTA SURAKARTA**



BADAN PERENCANAAN, PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH

TAHUN 2021

BAB I PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

Tahun 2020 merupakan tahun krisis ekonomi yang disebabkan oleh pandemi virus Covid-19. Penyakit baru ini memiliki tingkat penularan relatif cepat dan masif dengan tingkat kematian yang tinggi. Tingkat penyebaran sangat luas dirasakan di seluruh wilayah di Indonesia termasuk Kota Surakarta. Penyebaran virus Covid-19 begitu cepat dan menyebabkan kematian, mengakibatkan terjadinya masalah baik di bidang ekonomi maupun kehidupan sosial. Dampak pada pembangunan ekonomi lokal (PEL) antara lain:

- Perlambatan pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta (PDRB) bahkan sampai minus.
- Perlambatan pertumbuhan menyebabkan melemahnya konsumsi rumah tangga atau daya beli masyarakat.
- Menimbulkan adanya ketidakpastian usaha karena tidak ada kepastian kapan pandemi ini akan berakhir. Kondisi ini menyebabkan bidang investasi juga ikut melemah dan berimplikasi terhadap berhentinya usaha.
- Seluruh dunia mengalami pelemahan ekonomi sehingga menyebabkan harga komoditas turun dan ekspor dari Surakarta ke beberapa negara juga terhenti.
- Penutupan usaha di berbagai sektor ekonomi akibat turunnya permintaan antara lain: sektor perhotelan, rumah makan/warung makan, sektor perdagangan, transportasi, biro perjalanan.
- Larangan beroperasi atau penutupan tempat wisata dan tempat pertunjukan seni untuk menekan penyebaran covid, telah menyebabkan terhentinya kegiatan seni pertunjukan dan wisata. Hal ini menyebabkan tidak adanya pemasukan bagi usaha ini dan pelaku usaha memilih untuk menutup usaha sampai ada izin membuka kembali.
- Pergeseran kegiatan ekonomi dari beberapa sektor yang mengurangi bisnisnya sehingga sebagian karyawan mencoba untuk beralih profesi / memulai usaha seperti dagang, menjadi ojek online dan taksi online.

Dampak ekonomi ini juga secara langsung memberikan dampak pada sektor sosial, seperti

- Masyarakat merasakan turunnya tingkat kesejahteraan.

- Penutupan dan penurunan aktivitas sebagian besar aktivitas bisnis menyebabkan adanya pemutusan hubungan kerja (PHK) beberapa karyawan.
- Pengaruh sosial bagi ibu dan anak akibat kegiatan sekolah dan belajar di rumah. Pembelajaran jarak jauh (daring) menyebabkan sosialisasi anak terbatas, beban ibu untuk membantu anak belajar semakin besar, meningkatnya stress akibat pembatasan gerak anggota keluarga (pelarangan/pembatasan objek wisata massal) dan peningkatan beban keuangan keluarga.
- Peningkatan jumlah perceraian akibat masalah ekonomi keluarga.

Menghadapi pandemi covid 19 ini, Pemerintah Kota Surakarta sudah melakukan berbagai upaya, termasuk membuat kebijakan dan program pencegahan penyebaran wabah untuk menghindari dampak kematian yang lebih banyak lagi di masyarakat. Kebijakan pemerintah diharapkan dapat memberikan dampak pada pencapaian pengembangan ekonomi lokal (PEL). Berbagai kebijakan dan program membangkitkan ekonomi masyarakat di tengah pandemi Covid-19 antara lain:

1. Untuk mengurangi dampak ekonomi dan sosial di masyarakat, Pemerintah Kota Surakarta telah menyalurkan bantuan sembako dari dana Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kota Surakarta.
2. Untuk menjaga daya beli masyarakat, Pemerintah Kota Surakarta juga telah menyalurkan bantuan sosial tunai (sebesar Rp2,7 juta) kepada masyarakat dari dana Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kota Surakarta.
3. Bantuan juga ditujukan untuk pelaku usaha mikro (sebanyak 10.000 pelaku usaha) yang terdampak Covid-19 berupa bantuan sosial produktif. Pada tahun 2020 bantuan diberikan sebesar Rp2,4 juta untuk setiap pelaku usaha dan tahun 2021 diturunkan menjadi Rp1,2 juta dengan asumsi kondisi ekonomi sudah mulai membaik.
4. Penutupan sejumlah tempat wisata dan tempat pertunjukan seni, membawa dampak terhadap pelaku wisata (pelaku seni dan budaya) yang tidak ada pemasukan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah berupaya membantu dengan memberikan bantuan sosial berupa paket sembako dan bantuan lain terhadap pelaku seni budaya dan pariwisata.
5. Bantuan lain dari Pemerintah Kota Surakarta berupa bantuan bebas retribusi pasar bagi pelaku pedagang pasar dan pembuatan sekat pembatas untuk pedagang agar aman berjualan.
6. Untuk pemulihan bisnis dan ekonomi, Pemerintah Kota Surakarta melakukan pemberian vaksin bagi pelaku usaha yang aktivitas bisnisnya melibatkan banyak interaksi dengan

pelanggan. Beberapa kelompok yang sudah dilakukan vaksinasi antara lain pedagang pasar tradisional, pasar modern (diantaranya pedagang PSG, Pasar Klewer), sopir ojek online, tukang becak, guru dan pegawai pemerintah.

7. Pemulihan ekonomi masyarakat melalui pemberian bibit dan vasilitas untuk *urban farming* dengan konsep *Aquaponics*, diantaranya budidaya ikan lele yang dilakukan dalam ember atau kolam kecil di pekarangan rumah, dan tanaman kangkung dikembangkan dalam ember yang sama. Yumina (Sayur Mina yang artinya Sayuran dan Ikan) ini bertujuan memperkuat daya beli masyarakat dan juga akses masyarakat terhadap kebutuhan pokok.

Kebijakan dan program pemerintah dalam rangka pemulihan ekonomi akibat Covid-19 perlu dievaluasi dengan hati-hati apakah program tersebut dapat memberikan output dan efek yang positif bagi ekonomi daerah, juga apakah tepat sasaran, diberikan kepada warga yang memang membutuhkan mengingat keterbatasan dana. Pemerintah daerah sebaiknya fokus pada kelompok warga yang rentan terkena dampak dari Covid-19 diantara kelompok usaha yang membutuhkan massa (hotel, restoran, warung), pekerja harian lepas, pedagang kaki lima, buruh yang terdampak PHK, dan masyarakat miskin. Disamping itu wabah pandemi Covid-19 membawa perubahan model bisnis yang berlaku untuk semua bidang usaha bisnis seperti:

1. Peluang bagi sebagian pelaku usaha untuk berpindah dari yang sebelumnya padat karya menggunakan marketing *offline* menjadi model bisnis ke padat modal seperti *marketing online* yang tumbuh di atas 30%.
2. Dengan adanya pembatasan jarak dan bekerja/ belajar di rumah mendorong penggunaan IT dan sosial media dan Youtube di Indonesia kian berkembang bahkan sudah menggeser pengguna televisi sebagai media komunikasi. Pergeseran pola ini membutuhkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan di bidang teknologi, kemampuan *customer relationship management* di *e-commerce*, dan kemampuan *content creator* untuk mengembangkan konten-konten video di Youtube, Tiktok atau foto di Instagram, Facebooks dan sosial media lainnya.
3. Covid 19 juga mendorong penerapan pembayaran *cashless* di dunia bisnis. Hal ini mendorong pemerintah harus mengeluarkan kebijakan *fintech* melalui pemanfaatan teknologi. penerapan agenda reformasi sektor keuangan. Untuk mengatasi itu, Pemerintah harus menggandeng swasta untuk pendidikan, disertai bimbingan kepada para pelaku usaha tentang UMKM/UKM agar mengenal penggunaan fintech dan digitalisasi bisnis melalui e-commerce.

4. Inovasi teknologi yang membantu aktivitas di era pandemi terus berkembang. Kebijakan *Work from Home* dan pembelajaran jarak jauh telah membuat orang bekerja dan belajar menggunakan aplikasi zoom/gmeet, berbelanja melalui aplikasi *e-commerce* dan mencari hiburan di Youtube, Netflix, dll. Dunia seni saat ini juga bergerak ke arah kolaborasi secara online. Untuk beradaptasi, industri hiburan harus menyediakan pertunjukan yang pendek dan biaya murah. Para artis penyanyi bisa membuat video kolaborasi dari rumah masing-masing untuk membuat sebuah konten hiburan dengan murah. Konten yang dibuat harus dapat menawarkan pengalaman seni secara digital dan memberikan kesan yang mendalam.
5. Sekolah dan perguruan tinggi menyiapkan video pembelajaran yang ringkas dan menarik bagi siswa dan mahasiswa. Tujuannya adalah menawarkan pengalaman pembelajaran digital yang menarik dan mudah dimengerti (dengan animasi dan film singkat).
6. Teknologi *touchless* yang mendukung budaya baru *the new normal*, seperti Pemindai Suhu (*smart thermo*) para pengunjung di mall, hotel dan tempat umum lainnya, teknologi sensor di pintu parkir dan sensor tahan di lift, *auto disinfection machine*, dan *automated disinfection chamber* (bilik penyemprot disinfektan otomatis).
7. Dengan meningkatnya belanja online, banyak usaha distribusi barang saat ini berkembang dan berkolaborasi dengan dunia transportasi guna meningkatkan visibilitas rantai pasokan, dan menyediakan saluran baru kepada pelanggan yang lebih mudah dan terjangkau.

Setiap program PEL yang telah dijalankan akan lebih baik jika dilakukan evaluasi yang berbasis kajian dan telaah para akademis atau lembaga independen untuk melihat keberhasilan, celah keberhasilan, dan kelemahan dari pelaksanaan program atau kebijakan yang sudah dijalankan. Kegiatan monev PEL dilakukan bertujuan untuk pencegahan kegagalan program dan perbaikan program secara terus-menerus dengan hasil (*outcome*) yang terukur dan tercapai. Karena itu program kegiatan monev PEL ini sangat penting dilakukan.

Monitoring berasal dari kata monitor atau melihat kegiatan yang sedang berjalan atau sedang dilaksanakan. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengendalian Dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan, monitoring merupakan suatu kegiatan mengamati secara seksama suatu keadaan atau kondisi, termasuk perilaku atau kegiatan tertentu yang bertujuan agar semua data masukan atau informasi yang diperoleh dari hasil

pengamatan tersebut dapat menjadi landasan dalam mengambil keputusan tindakan selanjutnya yang diperlukan. Dalam hal ini kajian PEL akan melakukan monitoring dampak yang terjadi pada pelaku usaha khususnya ekonomi menengah, kecil dan mikro di kota Surakarta.

Sementara itu untuk kegiatan evaluasi menurut OECD merupakan proses yang menentukan nilai atau pentingnya suatu kebijakan atau program. Karena kegiatan evaluasi dilakukan pada akhir program, maka evaluasi diarahkan untuk menghasilkan informasi dan gambaran nyata terkait manfaat yang dirasakan dari sebuah kebijakan atau program yang telah dijalankan. Pada kajian ini evaluasi ditujukan untuk mengetahui apakah bantuan-bantuan yang telah diberikan oleh pemerintah pusat maupun daerah telah diterima dan membantu pelaku usaha yang terkena dampak covid.

I.2. TUJUAN

Tujuan kajian monev PEL ini adalah :

1. Mendapatkan informasi dampak Covid-19 terhadap pelaku usaha khususnya pelaku usaha kecil dan mikro. Informasi ini penting dalam rangka memberikan dukungan bagi pelaksanaan PEL untuk memulihkan ekonomi daerah.
2. Untuk memudahkan pemangku kepentingan mendapatkan umpan balik kegiatan program yang diberikan kepada pelaku usaha yang terkena dampak

I.3. OUTPUT DAN RUANG LINGKUP

Output dari kajian ini berupa dokumen kajian yang berisi:

1. Kajian monev kegiatan dinas dan badan yang terkait dengan bidang ekonomi khususnya ruang lingkup PEL dengan isi laporan berupa: program kegiatan, indikator output, capaian program (%), kendala/problem, dan tindakan penyelesaian.
2. Kajian hasil survei umpan balik dari kelompok warga terdampak Covid-19 dalam rangka memberikan masukan perbaikan perencanaan PEL

BAB II METODOLOGI

Kajian PEL tahun ini ditujukan untuk analisis pembangunan ekonomi lokal khususnya yang terkait dengan ekonomi kecil dan mikro akibat dampak pandemi covid 19. Karena itu kajian ini akan menggunakan metode pengumpulan data primer (dari survei) dan data sekunder terhadap pelaku usaha di Kota Surakarta. Data sekunder didapatkan dengan menggunakan data yang dihasilkan oleh pihak lain seperti BPS dan dinas terkait.

Data primer didapatkan dari pengumpulan data ke pelaku usaha menggunakan sebuah alat pengumpul data (kuesioner) yang dibangun dari kuesioner yang dikembangkan BPS dalam memetakan dampak covid terhadap pelaku usaha di Indonesia, yang dimodifikasi sesuai kebutuhan. Pendataan rencananya dilakukan secara langsung dengan mendatangi pengusaha terkait mulai tanggal 6 Juli hingga 26 Juli 2021, namun karena PPKM untuk Jawa dan Bali diberlakukan tanggal 2 Juli - 2 Agustus 2021, proses pengumpulan data dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Kerangka sampel (*sampling frame*) yang digunakan adalah daftar listing usaha/perusahaan dari Dinas Terkait dengan PEL seperti Dinas Perdagangan, Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian, Dinas Pariwisata, serta Dinas UMKM dan Koperasi. Pendataan PEL 2021 dilakukan dengan metode kombinasi, yaitu mengedepankan wawancara melalui telepon dan pengisian kuesioner dampak covid 19 terhadap kinerja perusahaan/ UMKM secara mandiri melalui link *google-form*.

II.1. MEKANISME PENGUMPULAN DATA

Tim survei menyampaikan maksud dan tujuan melalui SMS atau aplikasi *WhatsApp*. Khusus untuk pengguna *WhatsApp*, informasi ini disertai surat tugas yang menjelaskan tujuan, maksud dan nama tim survei yang dikeluarkan BAPPPEDA Kota Surakarta. Selanjutnya petugas survei akan menghubungi via telepon, untuk menyampaikan mohon izin melakukan wawancara melalui telepon. Jika responden menolak wawancara via telepon dapat dilakukan melalui pengisian secara mandiri melalui *google-form*. Petugas survei melalui telepon wajib mengalihkan hasil wawancara ke dalam kuesioner *online* melalui *google-form* atau langsung ke dalam *Microsoft excel*.

II.2. VALIDASI

Validasi konten adalah menguji validasi pada butir-butir (variabel) pertanyaan kuesioner merujuk pada teori terkait atau di validasi berdasarkan pengalaman pakar yang diterbitkan dalam bentuk jurnal atau buku laporan survei ketika mengkaji suatu fenomena tertentu. Pada konteks kajian ilmiah PEL ini, kuesioner dibangun atas dua model kuesioner yang sudah digunakan sebelumnya oleh BPS untuk melihat dampak pandemi covid 19 terhadap pelaku usaha (sudah valid dari sisi konten). Kedua laporan tersebut adalah :

1. Statistik *E-Commerce* 2020 yang diterbitkan oleh BPS (Desember 2020)
2. Survei Dampak Covid 19 Terhadap Pelaku Usaha Jilid 2 yang diterbitkan oleh BPS (Oktober 2020).

II.3. TAHAP UJI COBA KUESIONER

Pada tahap ini dilakukan uji coba ke tim surveyor dan lima orang pelaku usaha (IKM) untuk menjawab pertanyaan dan melihat apakah selama pembacaan / membaca kuesioner mengalami kesulitan dalam memahami pertanyaan atau dalam menjawab pertanyaan. Pada tahap ini tim survei dan pelaku usaha tidak mengalami kesulitan dalam memahami butir-butir pertanyaan. Selama survei berlangsung, responden akan didampingi secara online dan jika ada yang ditanyakan maka tim survei akan langsung menjelaskan maksud dari butir pertanyaan,

II.4. TAHAP PENGUMPULAN DATA

Tahap pengumpulan data dilakukan dengan :

1. Melakukan inspeksi data dengan tujuan meminimalisir tingkat kesalahan isian di dalam kuesioner sehingga kuesioner sudah *clean* ketika memasuki tahapan pengolahan. Pembersihan data bertujuan mengecek kebenaran data dan menyamakan format data, sehingga ketika diolah dengan metode statistik tidak terjadi kesalahan perhitungan.
2. Uji validasi konstruksi dengan menggunakan uji korelasi antar variabel yang memiliki minimal skala ordinal

II.5. RUANG LINGKUP DAN CAKUPAN

Survei PEL tahun 2021 mencakup pelaku usaha di bidang industri, perdagangan, jasa dan wisata. Kerangka sampel yang digunakan adalah daftar nama pengusaha dari Dinas Perdagangan, Dinas UMKM dan Koperasi, Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian dan Dinas Pariwisata. Dari semua data yang terkumpul ini tidak semua pengusaha/ pemilik usaha ini dapat dijadikan sampel karena sebagian besar data tersebut tidak menyertakan nomor telepon tempat usaha, rumah atau nomor telepon genggam.

Tahap pengumpulan data pertama dilakukan mulai tanggal 6 Juli 2021 sampai dengan 26 Juli 2021 dan terkumpul data sebanyak 174 responden. Pengumpulan data kedua dilakukan mulai tanggal 4 Agustus 2021 sampai dengan 14 Agustus 2021 dan terkumpul data sebanyak 40 responden. Jumlah total responden sebanyak 214 responden.

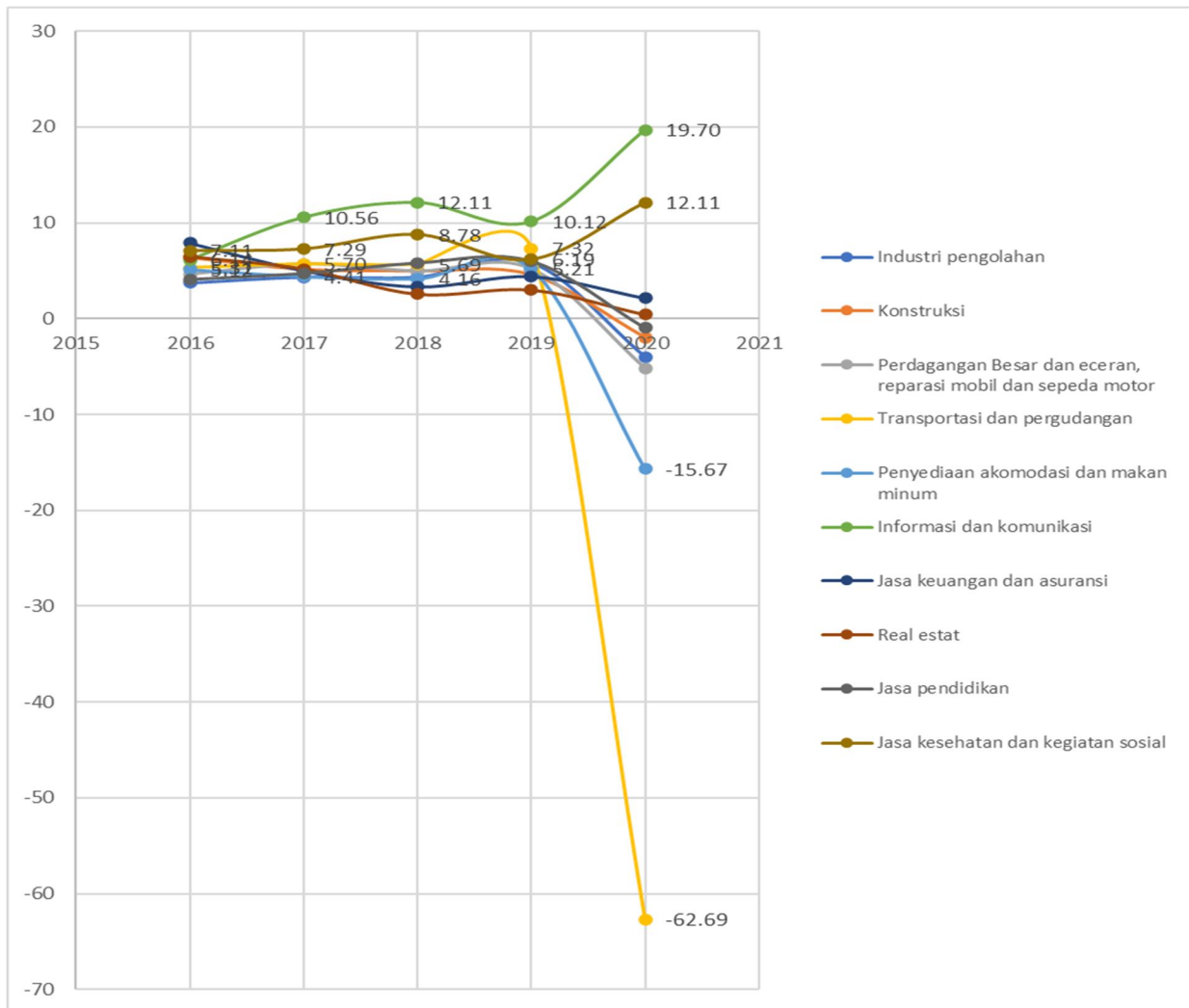
Bab III ANALISIS INDIKATOR MAKRO EKONOMI KOTA SURAKARTA

Dalam upaya mengukur kesejahteraan dan pemerataan ekonomi sebagai bagian dari pembangunan ekonomi, beberapa indikator makro ekonomi dapat digunakan, diantaranya: pertumbuhan PDRB dan ekonomi, laju inflasi daerah, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita, ketimpangan kemakmuran (*Williamson index*), persentase penduduk diatas garis kemiskinan, rasio penduduk yang bekerja atau angka partisipasi angkatan kerja, dan persentase rumah tangga (RT) yang menggunakan air bersih.

III.1. PERTUMBUHAN PDRB

Pembangunan ekonomi adalah rangkaian usaha pemerintah daerah dan masyarakat untuk membuat perencanaan atau kebijakan dan melaksanakan kegiatan ekonomi di berbagai sektor sehingga menghasilkan nilai tambah, meningkatkan pendapatan, menyerap tenaga kerja dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan penduduk. Pembangunan ekonomi yang baik juga harus memperhatikan pemerataan distribusi pendapatan, kesempatan pendidikan dan kesehatan penduduk. Indikator adanya pembangunan ekonomi diukur berdasarkan kenaikan pendapatan suatu wilayah dalam satu tahun yang tercermin pada nilai PDRB. PDRB menunjukkan kemampuan suatu daerah untuk menciptakan nilai tambah atau nilai output dalam jangka waktu satu tahun. Untuk melihat dampak dari suatu kejadian, perlu memperhatikan besaran nilai masing-masing sektor.

Konsep pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses kenaikan output ekonomi suatu wilayah dalam jangka panjang (Boediono; 2002), dihitung dengan membandingkan PDRB tahun berlaku dengan PDRB tahun lalu pada harga tetap. Berikut ini grafik pertumbuhan berbagai sektor ekonomi di Kota Surakarta.

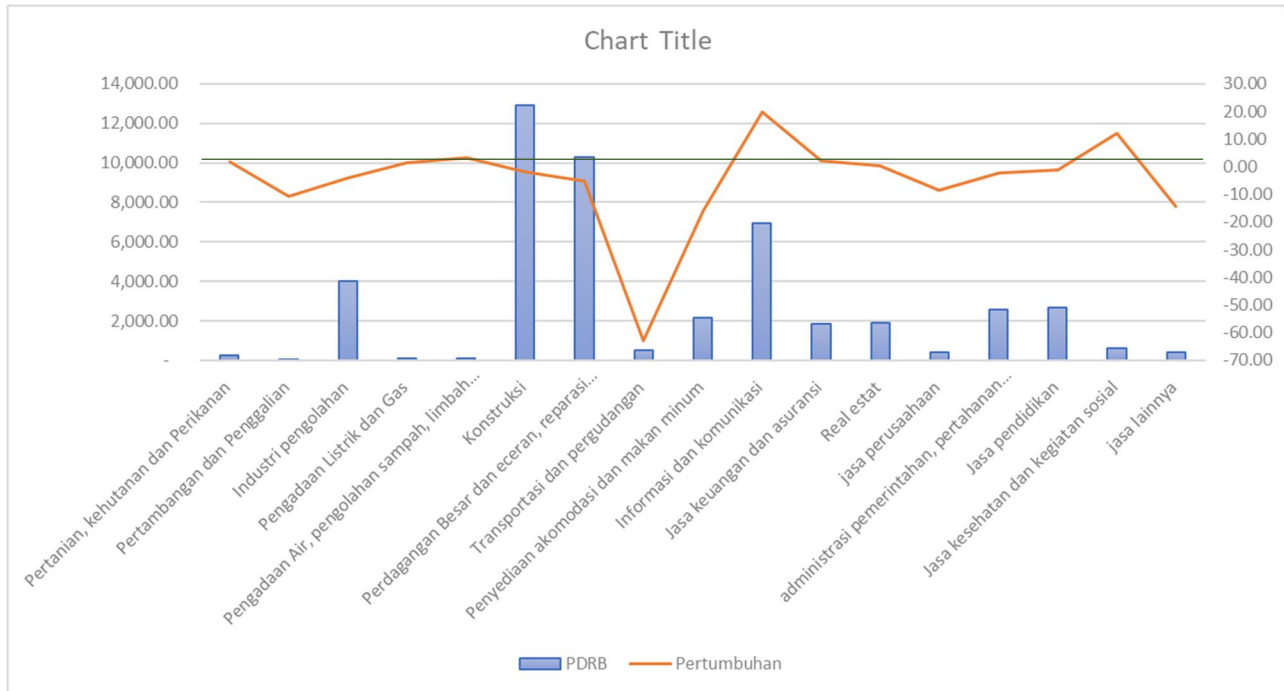


Gambar 3.1. Pertumbuhan PDRB (harga konstan) berdasarkan lapangan usaha

Dari gambar 3.1 di atas terlihat bahwa pandemi Covid-19 memberikan banyak dampak negatif bagi berbagai sektor ekonomi di Surakarta. Sektor yang paling terpukul adalah sektor transportasi pergudangan yang mengalami pertumbuhan minus 62,69%. Sektor ini memiliki beberapa subsektor seperti jasa angkutan penumpang pesawat, transportasi darat (bus, kendaraan travel antar kota), jasa pelayanan bongkar muat barang darat (logistik), jasa ekspedisi, jasa pergudangan, jasa pos dan jasa kurir. Penurunan ini jelas disebabkan karena kebijakan pembatasan perpindahan penduduk (PSPB) untuk mengurangi penyebaran virus. Saat ini penjualan *e-commerce* telah mulai bangkit kembali dan diharapkan akan memberikan dampak pertumbuhan positif yang signifikan khususnya subsektor jasa kurir, jasa ekspedisi dan jasa pergudangan.

Sektor kedua yang mengalami dampak penurunan pertumbuhan yang sangat besar adalah sektor penyedia akomodasi (penginapan jangka panjang /pendek) dan makanan minuman, sebesar 15,67%. Jenis usaha yang ada pada sektor ini antara lain: hotel berbintang, hotel melati, losmen, motel, asrama atau rumah kost, restoran, warung, restoran *self service* dan restoran *take away*. Sektor jasa ini pada mulainya sangat terkena dampak pembatasan berkumpul untuk mengurangi penyebaran covid. Tetapi seiring dengan waktu, sektor ini mulai menyesuaikan diri dan mulai bangkit dengan mengubah proses bisnisnya yaitu berjualan menggunakan aplikasi *e-commerce* (go-food, grab-food, Shopee food). Perubahan ini ternyata menjadi solusi yang menarik, sehingga banyak masyarakat yang bisa mendapatkan makanan favoritnya tanpa harus mengunjungi restoran / rumah makan dimaksud dengan ongkos kirim yang murah (bahkan gratis).

Pada tahun 2020, sektor informasi dan komunikasi mengalami pertumbuhan yang sangat fantastis yaitu naik dua kali lipat dari 10,12 % pada tahun 2019 menjadi 19,7% pada tahun 2020. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan kebutuhan paket data internet dan TV berbayar untuk kegiatan pendidikan, perkantoran serta kebutuhan hiburan di rumah. Sektor kedua yang juga mengalami pertumbuhan signifikan adalah jasa kesehatan dan sosial. Meskipun terkesan negatif tetapi dampak bagi permintaan jasa kesehatan mulai dirasakan selama masa pandemi covid melanda seluruh dunia.



Gambar 3.2. Besaran PDRB Tahun 2020 (harga berlaku) dan Tingkat Pertumbuhan

Efek penurunan PDRB sektor terhadap ekonomi Kota Surakarta dapat dilihat dari sektor yang memiliki jumlah PDB yang besar dan mengalami penurunan atau kenaikan tinggi. Dari gambar diatas terlihat bahwa yang memberikan efek terbesar adalah sektor penyedia akomodasi dan makanan minuman (hotel, restoran dan rumah makan). Sektor ini walaupun memberikan kontribusi PDB nomor tujuh terbesar (Rp2.180 milyar) tetapi mengalami penurunan yang kedua paling tinggi sebesar -15.67 %. Hal ini menyebabkan pengaruh penurunan PDRB sektor ini sebesar Rp416.80 milyar atau minus 0.87%.

Sektor yang juga mengalami penurunan dan memberikan efek besar bagi ekonomi kota Surakarta adalah sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor. Meskipun sektor ini menduduki nomor dua dalam kontribusi PDB bagi ekonomi Kota Surakarta sebesar Rp10.306,41 Milyar atau 21,6% total PDRB, tetapi karena turun sebesar -5,21% maka sektor ini memberikan kontribusi penurunan PDB sebesar Rp329,11 Milyar dari pada tahun 2019 atau minus 0.69%. Sektor konstruksi hanya mengalami penurunan sebesar -1,95% tetapi karena memiliki jumlah paling besar (Rp12.883,93 Milyar) atau 27% dari total PDRB maka akan memberikan dampak nyata bagi ekonomi kota Surakarta, mengakibatkan penurunan Rp127,49 Milyar dari tahun 2019 atau 0.27%. Sektor keempat terbesar yang mengalami penurunan adalah sektor industri

pengolahan (manufaktur). Sektor ini memberikan kontribusi PDB sebesar 8,45% dan mengalami penurunan sebesar -4,01% sehingga mengakibatkan penurunan sebesar Rp35,13 milyar atau 0.07%. Tidak semua sektor di Kota Surakarta mengalami penurunan selama masa pandemi Covid di tahun 2020. Ada sektor yang justru mendapatkannya momentum pertumbuhan yang signifikan yaitu

III.2. Efek Pertumbuhan PDRB terhadap Pendapatan Perkapita Penduduk

Untuk menjadi daerah yang maju dan sejahtera, pemerintah daerah memerlukan sebuah indikator kondisi perekonomian wilayah. Salah satu indikator penting adalah pendapatan rata-rata penduduk. Dengan indikator ini, pemerintah daerah dapat memastikan apakah suatu wilayah/daerah mengalami kesulitan dalam ekonomi atau tidak. Pendapatan perkapita merupakan tolak ukur kesejahteraan dan kemakmuran suatu negara atau daerah sebab nilainya didapatkan dari pendapatan rata-rata penduduk di negara tersebut.

Pendapatan rata-rata penduduk sebuah negara bisa dihitung dengan 2 metode, yaitu:

1. Berdasarkan harga yang berlaku atau disebut juga dengan **pendapatan perkapita nominal**.
2. Berdasarkan harga tetap (konstan) diambil dari tahun acuan. Perhitungan semacam ini disebut juga dengan **pendapatan perkapita riil**.

Berikut ini Tabel yang menunjukkan nilai pendapatan perkapita nominal dan pendapatan perkapita riil.

Tabel 3.1. Pendapatan perkapita nominal

Tahun	PDRB Harga Berlaku	Jumlah Penduduk	PDB/kapita tahun	PDB / kapita bulan
	(Rp. Milyar)	(jiwa)	(Rp. / tahun)	(Rp. / bulan)
2016	37,771.03	514,171.00	73,460,055.12	6,121,671.26
2017	41,042.34	516,102.00	79,523,698.80	6,626,974.90
2018	44,429.82	517,887.00	85,790,568.21	7,149,214.02
2019	48,002.29	519,587.00	92,385,471.54	7,698,789.29
2020	47,644.56	522,364.00	91,209,501.42	7,600,791.79

Tabel 3.2. Pendapatan Perkapita Riil

Tahun	PDRB Harga Berlaku	Jumlah Penduduk	PDB/kapita tahun	PDB / kapita bulan	Kenaikan/ penurunan
	(Rp. Milyar)	(jiwa)	(Rp. / tahun)	(Rp. / bulan)	(%)
2016	29975.87	514171	58,299,417.90	4,858,284.82	
2017	31685.47	516102	61,393,813.63	5,116,151.14	5.31
2018	33505.91	517887	64,697,337.45	5,391,444.79	5.38
2019	35442.67	519587	68,213,157.76	5,684,429.81	5.43
2020	34827.17	522364	66,672,224.73	5,556,018.73	-2.26

Pengaruh pandemi Covid-19 dapat dilihat pada tabel pendapatan perkapita riil tahun 2020, dimana terjadi penurunan pendapatan riil sebesar -2.26% untuk setiap penduduk di Kota Surakarta. Berdasarkan tabel perhitungan di atas dapat dilihat bahwa pendapatan perkapita nominal penduduk kota Surakarta sebesar Rp7.6 juta/ bulan. Jika dibandingkan dengan nilai upah minimum kota tahun 2020 sebesar Rp1.956.200, maka nilai perkapita nominal ini sudah jauh diatas upah minimum.

Tabel 3.3. PDB perkapita nominal /tahun dalam Rupiah dan Dollar Tahun 2020

PDB / kapita/bulan	Rupiah	Dollar USA
Kota Surakarta	7,600,792	522.53
Indonesia	4,741,667	325.98

kurs 1\$ =Rp. 1,4546.-

Jika dicermati standar Bank Dunia batas orang miskin adalah \$1,9/ hari, dibulatkan menjadi \$2/hari atau \$60/bulan, setara dengan Rp870.000/bulan (kurs \$1= Rp14.500). Pemerintah Indonesia menggunakan *purchasing power parity* (PPP) sebesar \$2.5/ hari atau \$75/bulan setara dengan Rp 1.087.500/bulan per jiwa. Maka jika dibandingkan dengan pendapatan perkapita tahun 2020 sebesar Rp7,6 juta/bulan/ jiwa maka pendapatan ini hampir 7,6 kali batas miskin yang ditetapkan pemerintah pusat atau 8,7 kali dari batas miskin yang ditetapkan Bank Dunia. Tetapi data ini perlu dilengkapi dengan data riil jumlah penduduk yang miskin atau kurang mampu memenuhi kebutuhan minimum hidup.

III.3. JUMLAH PENDUDUK MISKIN

Salah satu permasalahan utama Pemerintah Kota Surakarta adalah kemiskinan. Berbagai program pengentasan kemiskinan yang dilakukan oleh pemerintah kota maupun lembaga swasta dan non-laba bersama-sama dapat terus menekan angka kemiskinan.

Tabel 3.4. Perkembangan Garis Kemiskinan dan Jumlah Penduduk Miskin

Tahun	Garis Kemiskinan (rupiah/kapita/bulan)	Jumlah Penduduk Miskin (ribu)	Persentase Penduduk Miskin (%)
2012	361,520	60.75	12
2013	403,121	59.68	11.74
2014	385,467	55.92	10.95
2015	406,840	55.71	10.89
2016	430,293	55.91	10.88
2017	448,063	54.89	10.65
2018	464,063	46.99	9.08
2019	473,516	45.18	8.7
2020	487,455	47.03	9.03

Garis kemiskinan merupakan nilai pengeluaran kebutuhan minimum makanan dan non makanan (perumahan, sandang, pendidikan, dan kesehatan). Pada tahun 2013 garis kemiskinan Kota Surakarta besarnya Rp361.510,00/ kapita/bulan, mengalami kenaikan setiap tahun hingga tahun 2020 mencapai Rp487.455,00/kapita/bulan. Ini menunjukkan biaya hidup di Kota Surakarta setiap tahun mengalami kenaikan. Tetapi di Jawa Tengah, Kota Surakarta termasuk kota dengan kenaikan biaya hidup yang lebih rendah dibandingkan dengan kota-kota lain, diantaranya Semarang, Magelang dan Tegal. Yang menarik adalah meskipun biaya hidup Surakarta pada tahun 2018 lebih tinggi dari Tegal dan Semarang, pada tahun 2020 biaya hidup di kedua kota tersebut melampaui biaya hidup di Surakarta.

Tabel 3.5. Perbandingan garis kemiskinan kota-kota di Jawa Tengah

Kota	2018	2019	2020
Kota Semarang	427 511,00	474 930,00	522 691,00
Kota Magelang	476 582,00	481 282,00	522 099,00
Kota Tegal	455 488,00	465 047,00	502 031,00
Kota Surakarta	464 063,00	473 516,00	487 445,00
Kota Pekalongan	415 172,00	425 026,00	460 789,00
Kota Salatiga	380 856,00	418 955,00	454 154,00

Sumber: BPS Jateng (<https://jateng.bps.go.id/indicator/23/34/1/kemiskinan.html>)

Beberapa kemungkinan penyebab peningkatan garis kemiskinan yang lebih rendah dibandingkan dengan kota-kota lainnya adalah Pemerintah Kota Surakarta telah berusaha dan berhasil menekan laju kenaikan bahan kebutuhan pokok (makanan) dan non makanan minimal di masyarakat, sehingga biaya hidup minimal per kapita bisa dikendalikan. Di sisi lain jumlah peningkatan penduduk kota (faktor *demand*) juga terkendali sehingga permintaan kebutuhan pokok dan non makanan terkendali.

Tabel 3.6. Jumlah Penduduk Miskin dan Proporsi Penduduk Miskin Kota di Jateng

Kabupaten/Kota		2016	2017	2018	2019	2020
1	Magelang (ribu)	10.6	10.6	9.6	9.1	9.3
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	8.79	8.75	7.87	7.46	7.58
2	Surakarta (ribu)	55.92	54.89	46.99	45.18	47
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	10.88	10.65	9.08	8.7	9.03
3	Salatiga (ribu)	9.7	9.6	9.2	9.2	9.7
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	5.24	5.07	4.84	4.76	4.94
4	Semarang (ribu)	83.6	80.9	73.7	72	79.6
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	4.85	4.62	4.14	3.98	4.34
5	Pekalongan (ribu)	23.7	22.5	20.5	20.2	22.2
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	7.92	7.47	6.75	6.6	7.17
6	Tegal (ribu)	20.3	20.1	19.4	18.6	19.5
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	8.2	8.11	7.81	7.47	7.8
	Jawa Tengah (ribu)	4506.9	4450.7	3897.2	3743.2	3980.9
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	13.27	13.01	11.32	10.8	11.41

Sumber: Surakarta dalam angka 2020

Untuk mendapatkan gambaran kemiskinan yang riil, setiap tahun pemerintah melalui BPS dan dinas terkait mengumpulkan data riil jumlah penduduk yang miskin. Proporsi penduduk miskin kota Surakarta dalam 4 tahun (tahun 2016-2019) terus mengalami penurunan dari 10,88 % di tahun 2016 menjadi 8,7% di tahun 2019. Tetapi pada tahun 2020, terjadi krisis ekonomi akibat pandemi covid menyebabkan jumlah penduduk miskin dan proporsi penduduk miskin terhadap total penduduk meningkat lagi menjadi 9,03%. Jika dibandingkan dengan kota-kota lain di Jawa Tengah, Kota Surakarta tahun 2020 memiliki proporsi penduduk miskin yang terbesar kedua dari kota lain.



Gambar 3.3. Perkembangan jumlah penduduk miskin dan proporsi terhadap total penduduk

Pada gambar di atas terlihat bahwa dari tahun 2012 hingga 2019 terjadi penurunan proporsi penduduk miskin terhadap total penduduk. Penurunan proporsi tersebut dimulai tahun 2012 sebesar 12% dari total penduduk terus turun signifikan tahun 2014 menjadi 10,98%. Selanjutnya terjadi penurunan walaupun sangat kecil hingga tahun 2017 menjadi 10,65%. Pada tahun 2018 dan 2019 terjadi penurunan yang cukup signifikan yaitu menjadi 9,8% dan pada tahun 2019 menjadi 8,7%. Tren penurunan signifikan ini mengalami gangguan akibat pandemi covid 19, dimana pada tahun 2020 terjadi kenaikan sebesar 9,03%. Beberapa peneliti menyebutkan peningkatan jumlah kemiskinan disebabkan pendapatan sebagian besar penduduk mengalami penurunan (penurunan omzet penjualan) dan sebagian lagi yang

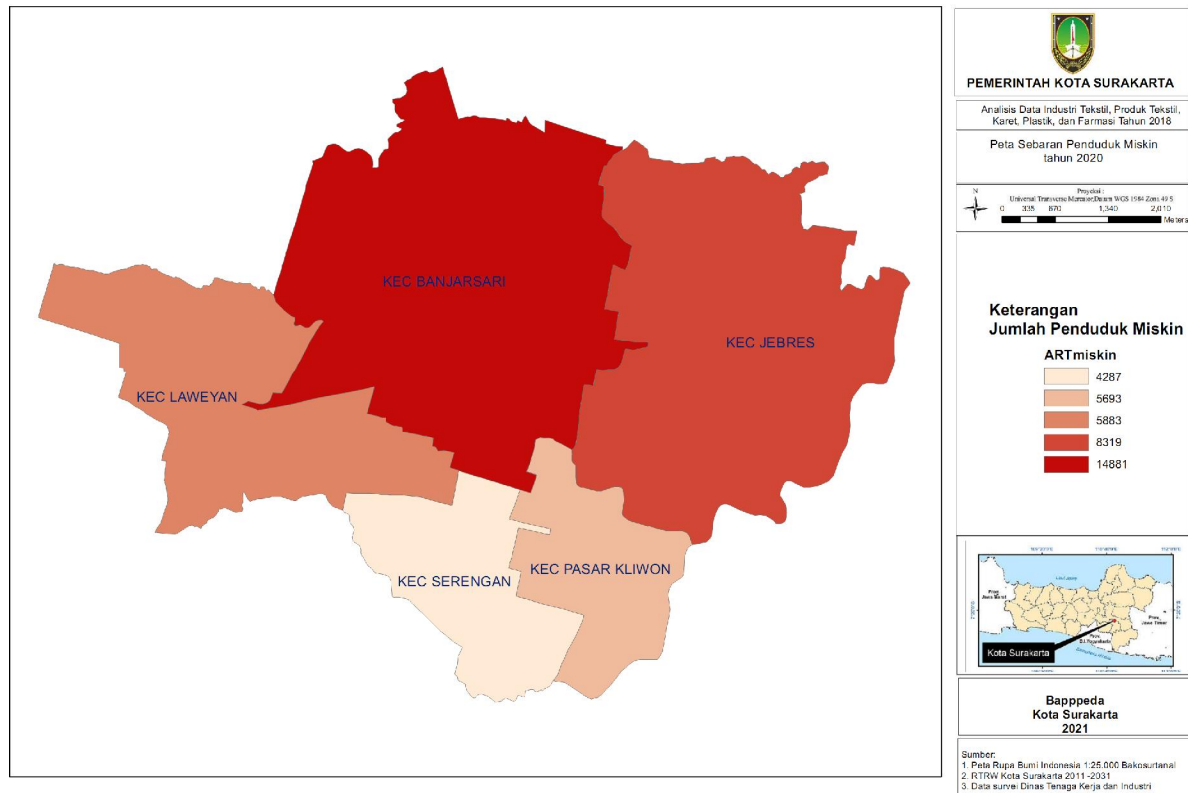
kehilangan pekerjaan akibat tempat bekerja tutup selama masa pandemi covid. Berikut ini tabel perkembangan jumlah penduduk miskin dan proporsi terhadap total penduduk

Tabel 3.7. Perkembangan Penduduk Miskin dan proporsi Penduduk Miskin Kota Surakarta

Kabupaten/Kota		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Surakarta (ribu)	60.72	59.68	55.92	55.71	55.92	54.89	46.99	45.18	47
	Proporsi miskin dg penduduk (%)	12	11.74	10.95	10.89	10.88	10.65	9.08	8.7	9.03

Sumber: BPS

Salah satu strategi yang penting dalam mengentaskan kemiskinan adalah membuat “peta sebaran penduduk miskin” dan mencoba mencari potensi ekonomi di daerah tersebut yang bisa meningkatkan (*scale-up*) peranan ekonomi melalui peningkatan keterampilan dan penguatan lembaga bisnis yang ada disekitarnya.



Gambar 3.4. Peta Sebaran Penduduk Miskin

Seperti terlihat pada gambar peta sebaran penduduk miskin di atas, Kecamatan Banjarsari memiliki penduduk miskin yang lebih banyak dibanding kecamatan lainnya. Jumlah penduduk miskin di Kecamatan Banjarsari sebanyak 14.881 jiwa dan terdiri atas 5.083 rumah tangga sasaran. Kecamatan kedua yang memiliki jumlah penduduk miskin adalah kecamatan Jebres dengan jumlah penduduk miskin 8.319 dan jumlah rumah tangga sebanyak 2921 penduduk

Tabel 3.8. Jumlah Penduduk Miskin di Kota Surakarta Tahun 2020

Kecamatan	Jumlah RTS/KK	Jumlah ART
Laweyan	1,988	5,883
Serengan	1,524	4,287
Pasar Kliwon	1,915	5,693
Jebres	2,921	8,319
Banjarsari	5,083	14,881
Jumlah	13,431	39,063

Ket: RTS (Rumah Tangga Sasaran)
ART (Anggota Rumah Tangga)

Sumber: Dinas Sosial Kota Surakarta

Untuk menanggulangi peningkatan kemiskinan akibat covid 19, Pemerintah Kota Surakarta sudah melakukan beberapa langkah. Pertama, memulihkan kemampuan ekonomi masyarakat miskin rentan. Pemerintah kota sudah memberikan bantuan sosial Covid-19 sehingga dapat membantu pengeluaran rumah tangga sasaran Kota Surakarta. Dampak lain dari Covid adalah peningkatan jumlah pengangguran terbuka.

III.4. TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA PENDUDUK BERUMUR 15 TAHUN KE ATAS

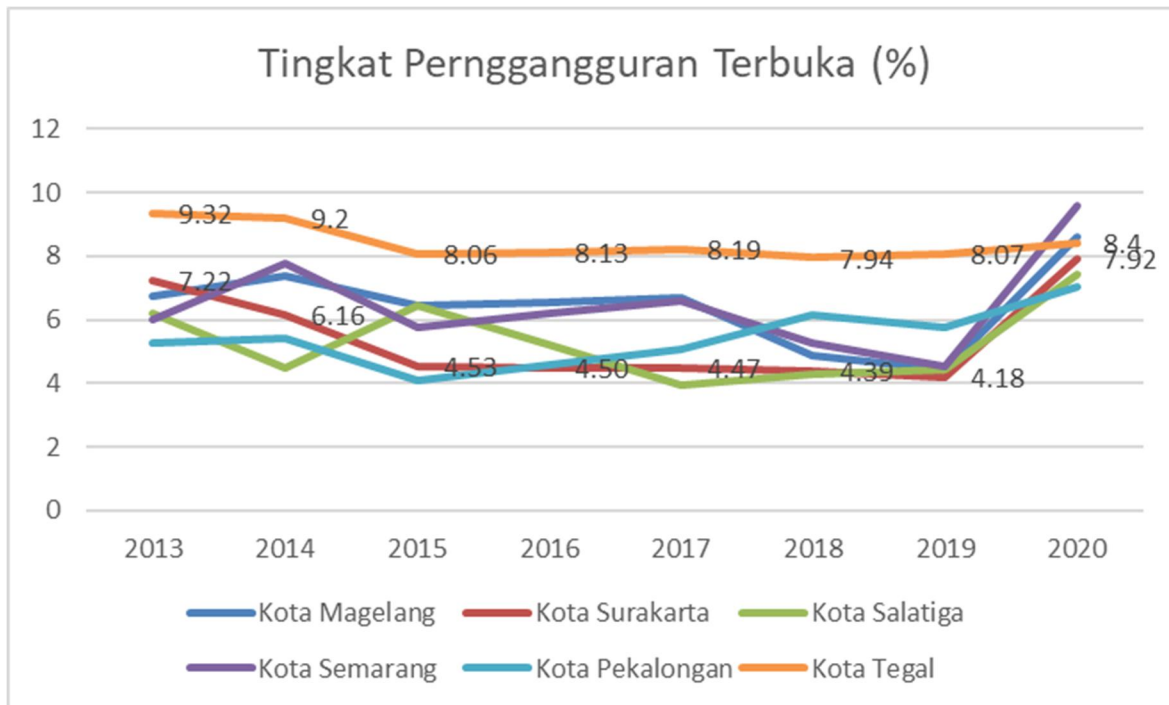
Berdasarkan definisi, penduduk yang termasuk angkatan kerja adalah penduduk usia kerja (15 tahun dan lebih) yang bekerja, atau punya pekerjaan namun untuk sementara tidak bekerja, atau pengangguran. Penduduk yang termasuk bukan angkatan kerja adalah penduduk usia kerja (15 tahun dan lebih) yang masih sekolah, atau mengurus rumah tangga, atau melaksanakan kegiatan lainnya selain kegiatan pribadi.

TPT (Tingkat Pengangguran Terbuka) adalah persentase jumlah pengangguran terhadap jumlah angkatan kerja. Berikut ini tabel perbandingan tingkat pengangguran terbuka beberapa kota di Jawa Tengah.

Tabel 3.9. Jumlah penduduk berumur 15 tahun ke atas dan jenis kegiatan selama seminggu tahun 2020

Kabupaten/Kota	Angkatan Kerja			TPT	Bukan Angkatan Kerja	Total penduduk (di atas 15 th)
	Bekerja	Pengangguran Terbuka	Jumlah (Total)			
1 Magelang	60,612	5,699	66,311	8.59	31,767	98,078
2 Surakarta	266,082	22,877	288,959	7.92	130,819	419,778
3 Salatiga	102,053	8,203	110,256	7.44	46,744	157,000
4 Semarang	925,963	98,001	1,023,964	9.57	441,157	1,465,121
5 Pekalongan	146,219	11,041	157,260	7.02	79,415	236,675
6 Tegal	114,121	10,469	124,590	8.40	68,374	192,964
Jawa Tengah	17,536,935	1,214,342	18,751,277		8,258,019	

Sumber: Surakarta dalam angka 2020



Gambar 3.5. Perkembangan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Beberapa Kota di Jateng

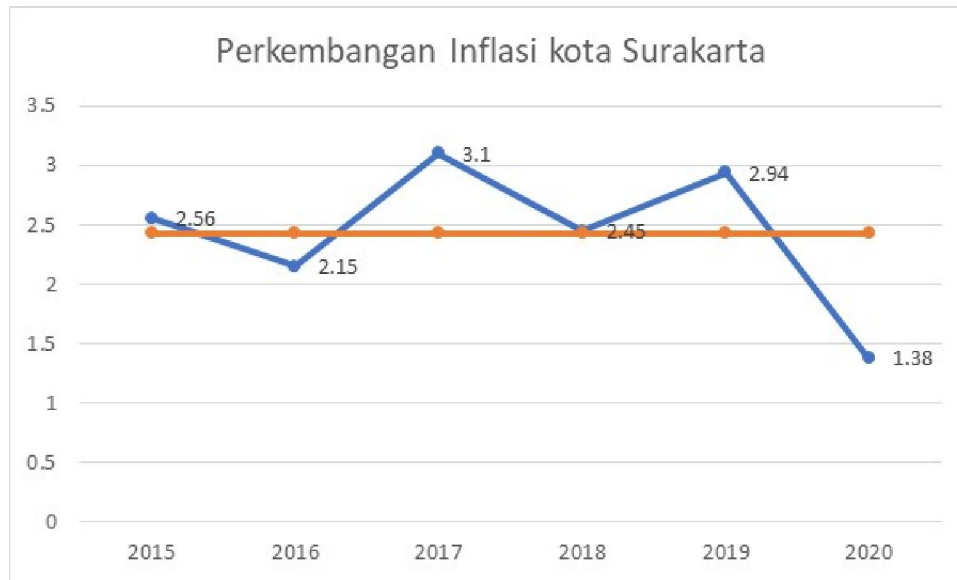
Sejak tahun 2013 hingga tahun 2015 Kota Surakarta berhasil menurunkan pengangguran terbuka dari 7,22% di tahun 2013 menjadi 4,53% di tahun 2015. Selanjutnya Kota Surakarta berhasil mengendalikan menurunkan secara gradual pengangguran terbuka ini hingga menyentuh angka 4,18% di tahun 2019. Namun sayang pandemi covid menyebabkan terjadinya lonjakan jumlah pengangguran di Kota Surakarta. Pada tahun 2020 terjadi pengangguran sebesar 7,92%, jauh meningkat hampir 2 kali lipat dari pada tahun 2019 dengan tingkat pengangguran sebesar 4,18%. Berdasarkan data BPS, tahun 2020 terdapat 22.877 penduduk usia kerja terkena dampak dan tidak memiliki pekerjaan, sebagian penduduk juga mengalami penurunan pendapatan karena penurunan omzet penjualan, seperti sektor perdagangan, transportasi, industri kecil dan industri jasa.

Dampak Covid 19 jangka pendek sudah dirasakan dengan adanya peningkatan pengangguran di Kota Surakarta dari 4,16 tahun 2019 menjadi 7,92%. Peningkatan pengangguran ini membawa dampak jangka menengah dan jangka panjang berupa peningkatan proporsi penduduk miskin tahun 2019 sebesar 8,3 % menjadi 9,3% pada tahun 2020. Kondisi pandemi ini masih berlangsung hingga saat ini tentu dapat memperparah kedua indikator ini. Pengangguran ini menyebabkan daya beli masyarakat akan menurun, dan berefek pada konsumsi rumah tangga tahun 2021 menurun. Sebagian besar penduduk akan menahan penghasilan dengan mengubah menjadi tabungan untuk mengantisipasi kondisi tidak pasti di masa depan.

Pemerintah bisa bekerja sama dengan BPS terus memantau apakah lonjakan pengangguran dan jumlah orang miskin terus berlanjut. Pemerintah juga bisa menaikkan anggaran jaminan sosial lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Selanjutnya dilakukan pendataan yang valid untuk menerima bantuan sosial terdampak corona. Dengan data yang valid maka berbagai bantuan sosial dapat diterima oleh pihak yang memang benar-benar terkena efek pandemi covid 19.

III.5. Perkembangan Inflasi Daerah

Perkembangan Inflasi Kota Surakarta secara keseluruhan tahun 2020 mengalami penurunan tekanan inflasi dibandingkan tahun 2019. Penurunan ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3.6. Perkembangan Inflasi Kota Surakarta tahun 2015-2020

Pandemi covid-19 memberikan dampak cukup signifikan pada inflasi kota Surakarta. Tingkat inflasi yang turun tajam atau anjlok hampir 50% besar kemungkinan disebabkan daya beli masyarakat turun karena banyak kehilangan pekerjaan dan penurunan omzet pendapatan dari berbagai sektor ekonomi karena pembatasan pergerakan bisnis. Jika dilihat dari pola yang ada rata-rata inflasi adalah sebesar 2,43%, tetapi inflasi tahun 2020 hanya mencapai 1,38%, Hal ini dimungkinkan karena imbas penurunan permintaan produk dan jasa dan perputaran ekonomi yang melambat akibat covid 19. Karena itu program bantuan keuangan bagi masyarakat berdampak sangat tepat untuk dapat meningkatkan daya beli masyarakat dan dapat mendorong permintaan barang dan jasa.

Beberapa kelompok pengeluaran yang memberikan kontribusi besar inflasi adalah kelompok makanan dan minuman dari restoran / warung (5,3%); kelompok produk kesehatan (3,67 %), kelompok pakaian dan alas kaki (2,6%); kelompok perawatan pribadi dan jasa (2,22%); makanan pokok (1,51%) dan air listrik dan bahan bakar (1,07%). Sedangkan kelompok pengeluaran yang mengalami deflasi adalah kelompok pendidikan (-2,16%) dan kelompok transportasi (- 0,52%). Menurut BPS, komoditas terbesar yang menyumbang inflasi adalah minyak goreng (0,15%); kontrakan rumah (0,11%), angkutan antar kota (0,1%), nasi dengan lauk (0,09%) dan cabai merah (0,08%).



Gambar 3.7. Komoditas Utama Penyumbang Inflasi dan Deflasi

BAB IV

ANALISIS INDIKATOR DAYA SAING KOTA SURAKARTA

Kota Surakarta merupakan salah satu kota di Propinsi Jawa Tengah yang sangat strategis dan dikelilingi oleh beberapa kabupaten yang memiliki potensi besar dari aspek ekonomi, wisata dan budaya. Kota Surakarta telah berkembang menjadi pusat perdagangan dan ekonomi yang menghubungkan kabupaten sekitarnya (Solo Raya) dengan daerah lain atau negara lain (ekspor).

Beberapa isu penting terkait dengan daya saing adalah ketersediaan dan kualitas infrastruktur, tingkat investasi, mutu pendidikan SDM untuk mencetak tenaga terampil, Pelaku usaha (jumlah industri, sentra industri, UMKM, koperasi dan ketersediaan sarana penunjang ekonomi seperti bank, telekomunikasi, dan lembaga ekonomi lain.

IV.1. KETERSEDIAAN DAN KUALITAS INFRASTRUKTUR

Salah satu isu penting dalam daya saing produk-produk Solo Raya adalah ketersediaan (*availability*), kecepatan pemenuhan order (*fulfillment*), dan biaya distribusi. Infrastruktur industri dan rantai pasok (logistik) akan menentukan seberapa cepat industri atau sektor ekonomi (dalam hal ini pertanian) mampu menyediakan produk-produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan pasar atau konsumen. Infrastruktur ini akan menentukan seberapa cepat perusahaan mampu memenuhi order dari konsumen, dan seberapa efisien biaya distribusi produk-produk dari pabrik atau gudang perusahaan ke konsumen akhir. Struktur biaya distribusi ini mencakup biaya pergudangan dan biaya transportasi. Ketersediaan dan kualitas infrastruktur memegang peran penting dalam menentukan daya saing ekonomi suatu daerah. Aktivitas ekonomi daerah mencakup proses pembelian bahan baku, proses produksi, pemeriksaan kualitas produk, penyediaan logistik, dan transportasi untuk distribusi barang hingga ke tangan konsumen atau *buyer*.

IV.1.1. Kualitas dan Panjang Jalan

Kota Surakarta memiliki panjang jalan negara sepanjang 15,15 Km; jalan provinsi sepanjang 9,44 km dan jalan Kota sepanjang 214,41 km. Panjang jalan ini relatif tidak mengalami penambahan dari tahun 2019 hingga 2020. Sedangkan berdasarkan kualitas jalan atau kondisi jalan perlu ada upaya yang lebih fokus pada perbaikan jalan yang mengalami kondisi rusak dan rusak berat seperti tabel berikut ini:

Tabel 4.1. Panjang Jalan Menurut Kondisi/Kualitas Jalan (km)

Keadaan Jalan	StatusJalan					
	Negara		Provinsi		Kabupaten/Kota	
	2109	2020	2019	2020	2019	2020
1. Baik	15,15	15,15	1,980	1,980	101,04	101,04
2. Sedang	-	-	7,460	7,460	79,81	83,99
3. Rusak	-	-	-	-	31,41	28,01
4. Rusak Berat	-	-	-	-	2,15	2,95
Jumlah	15,15	15,15	9,44	9,44	214,41	214,41

Tabel 4.2. Panjang Jalan Menurut Kelas Jalan (km)

Keadaan Jalan	StatusJalan					
	Negara		Provinsi		Kabupaten/Kota	
	2109	2020	2019	2020	2019	2020
1. Kelas I	15,15	15,15	-	-	20,37	20,37
2. Kelas II	-	-	-	-	11,22	11,22
3. Kelas III	-	-	-	-	182,82	182,82
4. Kelas III A	-	-	-	-	-	-
5. Kelas III B	-	-	9,44	9,44	-	-
6. Kelas III C	-	-	-	-	-	-
7. Kelas tidak Terinci	-	-	-	-	-	-
Jumlah	15,15	15,15	9,44	9,44	214,41	214,41

Pelebaran jalan

Pada tahun 2020 sudah dimulai pelaksanaan revitalisasi Jl. Juanda pada Koridor Pucang Sawit. Revitalisasi bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas logistik dan transportasi dari arah utara atau luar kota menuju pusat perdagangan dan bisnis di kota Surakarta, dengan membangun jalur cepat, trotoar, taman penghijauan dan lampu penerangan jalan. Proyek ini telah diselesaikan pada awal tahun 2021.



Gambar 4.1. Revitalisasi Jl. Juanda Jebres

Pembuatan fly over persimpangan jalan

Untuk mengurangi kemacetan dan risiko kecelakaan lalu lintas di sejumlah ruas lintasan sebidang, Pemkot Surakarta membangun sejumlah flyover seperti Manahan, Purwosari, dan Pajang. Salah satu fly over yang sudah selesai di awal 2021 adalah flyover Purwosari seperti pada gambar di bawah ini :



Gambar 4.2. Pembangunan flyover Purwosari

IV.1.2. Pergudangan (Pedaringan)

Kota Surakarta sebagai kota perdagangan di Jawa Tengah bagian selatan, tentunya harus ditunjang dengan pusat pergudangan atau penyimpanan barang sementara yang modern dan mampu melayani penyimpanan dalam skala besar. Pemerintah Kota Surakarta telah mendirikan pusat pergudangan ini sejak tahun 1984 dengan luas 9,3 Ha di lokasi yang cukup strategis, ditunjang oleh akses jalan provinsi, dekat dengan jalur lingkaran luar dan jalan tol trans Jawa. Saat ini pusat pergudangan tersebut dikelola oleh perusahaan daerah dengan tenaga profesional logistik, mengelola sembilan unit gudang dengan luas 10.200 m². Gudang ini disewakan ke pihak swasta atau masyarakat yang membutuhkan tempat penyimpanan sementara sebelum didistribusikan ke sejumlah retailer atau toko yang menjadi langganan para pengusaha. Kapasitas penyimpanan sebesar 24.500 ton dan mampu menampung 350 truk. (<https://surakarta.go.id/?p=9942>)

Dengan fasilitas pelayanan 24 jam, Pusat Pergudangan Kota Pedaringan menerapkan jasa pergudangan terpadu melalui sistem *online*. Disamping itu juga disediakan pelayanan *stuffing*, *packing*, dan *labeling* maupun jasa bongkar muat. Pusat Pergudangan Kota Pedaringan juga melayani jasa angkut barang secara tepat waktu. Ke depan perlu dibuatkan master plan pengembangan kawasan pergudangan dan tata kelola logistik yang modern sehingga dapat dimanfaatkan oleh banyak pelaku usaha bisnis di Kota Surakarta dan sekitarnya.

IV.1.3. Pusat Perbelanjaan dan Pasar

Salah satu rantai distribusi produk industri maupun komoditas yang dihasilkan beberapa sektor ekonomi adalah keberadaan pusat perbelanjaan dan pasar tradisional (rakyat). Pemerintah kota berkewajiban untuk menyediakan infrastruktur pasar tradisional dan mengelola melalui BUMD dan bekerja sama dengan pihak swasta untuk menyediakan toko, kios, los dan tenda untuk berjalan bagi pedagang kecil atau masyarakat kota Surakarta. Para pedagang ini pada umumnya menjual kebutuhan sehari-hari masyarakat berupa bahan pangan pokok, sayur, buah, telur, daging dll. Juga ada pedagang yang menjual kebutuhan sekunder seperti kain, pakaian, perlengkapan peralatan dapur, kue dll.

Tabel 4.3. Jumlah Sarana Perdagangan tahun 2016-2019

Jenis sarana perdagangan	2016	2017	2018	2019	2020
Pasar	44	44	44	44	44
Toko	84	84	84	84	88
Kios	18456	18456	19051	19607	19392

Sejak tahun 2016 jumlah pasar tradisional bertambah sebanyak 44 unit pasar, hanya saja yang perlu dicermati dan menjadi isu yang segera harus dipecahkan adalah tingkat keterisian sejumlah pasar tradisional yang rendah. Kondisi ini akan berdampak pada total pendapatan dan ketersediaan perlengkapan yang disesuaikan dengan pendapatan pasar tersebut.

Sebagai pusat bisnis, di samping pasar umum tradisional sebanyak 27 unit pasar, Kota Surakarta juga memiliki 16 buah unit pasar khusus yang menjual satu kelompok produk tertentu (kelompok spesifik/ jenis produk). Berikut ini tabel nama pasar dengan kelompok jenis produk yang dijual.

Tabel 4.4. Nama Pasar dan Barang Yang Diperdagangkan

No	Jenis / Nama Pasar	Jenis / Macam Barang yang Diperdagangkan	
1	Pasar Klewer	Spesifik	Textil
2	Pasar Klewer	Spesifik	Cinderamata
3	Pasar Depok	Spesifik	Burung, Ikan
4	Pasar Mebel	Spesifik	Mebelair
5	Pasar Triwindu	Spesifik	Barang Antik
6	Pasar Ngarsopuro	Spesifik	Elektronik
7	Pasar Bambu	Spesifik	Bambu
8	Pasar Besi Tua, Sidomulyo	Spesifik	Besi/Besi Tua
9	Pasar Singosaren	Spesifik	Pusat, Dept Store
10	Pasar Ayam	Spesifik	Unggas, Kambing
11	Pasar Panggunharjo	Spesifik	Buku, Kebutuhan Mahasiswa
12	Pasar Gede	Umum dan spesifik	Grosir buah
13	Pasar Jongke	Umum dan spesifik	Sepeda
14	Pasar Jongke	Umum dan spesifik	Pusat Oleh-oleh
15	Pasar Kabangan	Umum dan spesifik	Peralatan rumah tangga
16	Pasar Kembang	Umum dan spesifik	Bunga (Kembang)

Sumber : Dinas Pasar

Selain pasar yang dikelola Pemkot, terdapat juga pasar spesifik yang dikelola swasta yang turut serta menyediakan kegiatan bisnis masyarakat antara lain: Beteng Trade Center (BTC) dan Pusat Grosir Solo (PGS) sebagai pusat penjualan kain yang lengkap yang mendukung penjualan bisnis tekstil dan produk garmen dari berbagai daerah di Indonesia.



Gambar 4.3. Pasar BTC sebagai pusat penjualan kain dan produk garmen

Kota Surakarta juga memiliki pasar unik dari sisi sejarah dan bentuk bangunan, yaitu Pasar Gede Hardjonagoro. Pasar ini tidak hanya memiliki fungsi sebagai sarana perdagangan aktivitas jual beli tetapi juga menjadi salah satu destinasi wisata Kota Surakarta. Selain itu, pasar ini juga merupakan sarana interaksi sosial dan budaya terlihat dari arsitektur bangunan dan lokasi dari kawasan pasar ini.

IV.2. Indikator Nilai Investasi

Berdasarkan nominalnya, investasi di Kota Surakarta tahun dari tahun ke tahun selalu mengalami naik turun, di mana sempat terjadi kenaikan signifikan pada tahun 2018 sebesar Rp.383 Milyar atau kenaikan 853% dari tahun 2017 dan pada tahun 2020 ini juga mengalami kenaikan investasi jika dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 terdapat jumlah 454 proyek yang terealisasi dengan nilai Rp 394 Milyar atau mengalami kenaikan 84,8% dari pada tahun 2019. Berikut ini tabel perkembangan investasi di Surakarta :



Gambar 4.4. Perkembangan Nilai Investasi dan Jumlah Proyek di Kota Surakarta

Jika dilihat dari jenis investasi maka investasi modal dalam negeri (PMDN) lebih dominan atau 99% dibandingkan dengan Penanaman Modal Asing (PMA). Pada tahun 2020 nilai PMA hanya Rp. 2,2 Milyar maka PMDN sebesar Rp 391 Milyar. Berikut tabel realisasi jumlah proyek dan nilai investasi asing di Kota Surakarta

Tabel 4.5 Realisasi Jumlah Proyek dan Nilai Investasi PMA

Kabupaten / Kota	Realisasi Proyek dan Nilai Investasi Penanaman Modal Asing (PMA)					
	Proyek			Investasi (Juta Rp)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
PROVINSI JAWA TENGAH	1,380.00	1,983.00	2,889.00	2,372,703.3	2,723,240.2	1,363,635.0
Kota Magelang	7	11	36	58.2	692.5	1,198.8
Kota Surakarta	32	45	90	89.4	632.9	2,282.3
Kota Salatiga	29	32	56	9,679.3	15,501.8	11,566.7
Kota Semarang	332	486	796	46,011.6	122,124.0	110,751.5
Kota Pekalongan	8	15	31	597.0	9.1	70.6
Kota Tegal	13	14	13	1,068.3	2,435.0	37.3

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Jawa Tengah

Tabel 4.6 Realisasi Jumlah Proyek dan Nilai Investasi PMDN

Kabupaten / Kota	Realisasi Proyek, dan Nilai Investasi Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN)					
	Proyek			Investasi (Juta Rp)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
PROVINSI JAWA TENGAH	2,273	3,799	8,823	27,474,893.6	18,654,680.8	30,606,131.2
Kota Magelang	13	34	134	12,966.20	25,080.30	30,106.30
Kota Surakarta	32	153	364	383,298.80	212,674.80	391,912.50
Kota Salatiga	41	82	136	121,931.20	22,520.30	91,667.30
Kota Semarang	239	716	1992	8,534,747.90	4,048,092.10	6,633,894.60
Kota Pekalongan	16	50	88	96,123.00	24,335.20	26,998.60
Kota Tegal	17	40	93	13,494.70	34,483.80	47,697.10

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Jawa Tengah

Pada umumnya penanaman modal baik modal dalam negeri maupun modal asing diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap penyerapan tenaga kerja di Kabupaten dan Kota, termasuk kota Surakarta. Investasi juga diharapkan dapat membawa peningkatan pertumbuhan ekonomi (PDB) kota Surakarta. Jika dilihat dari tabel berikut ini, penyerapan tenaga kerja tidak terlalu signifikan, di mana investasi tahun 2020 mampu menyerap 1.305 tenaga lokal dan 2 orang tenaga kerja asing. Sementara itu pada tahun yang sama jumlah pengangguran terbuka di Kota Surakarta sebesar 22.877 orang. Jadi investasi yang masuk hanya mampu menyerap tenaga kerja sebesar 5,7% dari total angkatan kerja yang belum bekerja. Berikut ini tabel penyerapan tenaga kerja lokal dan asing dari investasi yang masuk ke kota dan kabupaten di Jawa Tengah.

Tabel 4.7 Penyerapan Tenaga Kerja Indonesia dan Asing

Kabupaten / Kota	Tenaga Kerja Indonesia					Tenaga Kerja Asing				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
PROVINSI JAWA TENGAH	174,228	169,454	111,816	113,902	169,299	984	936	1,067	841	737
Kota Magelang	181	193	277	186	1,941	-	-	-	-	2
Kota Surakarta	856	686	203	1,305	1,855	1	3	-	-	3
Kota Salatiga	7,512	8,667	1,261	1,335	4,543	18	18	5	12	9
Kota Semarang	35,237	36,966	12,292	12,832	14,723	203	196	68	108	132
Kota Pekalongan	386	110	36	62	373	3	3	2	-	-
Kota Tegal	94	382	334	375	1,235	-	-	4	3	8

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Jawa Tengah

BAB V

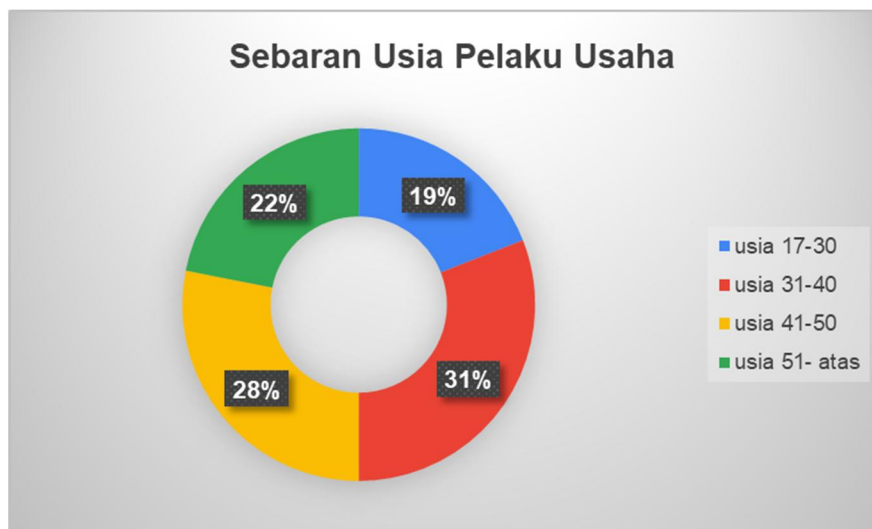
ANALISIS DATA SURVEI PELAKU USAHA AKIBAT DAMPAK PANDEMI COVID 19

V.1. PROFIL PELAKU USAHA

Dengan keterbatasan waktu dan metode, survei PEL ini menargetkan 200 data pelaku usaha sebagai responden. Survei dilakukan dua tahap bulan Juli 2021 dan Agustus 2021 dengan total data yang terkumpul sebanyak 214 responden. Untuk tahap awal analisis dimulai dari profil pengusaha yang berhasil disurvei melalui telephone atau aplikasi google-form.

V.1.1. Sebaran Usia Pelaku Usaha

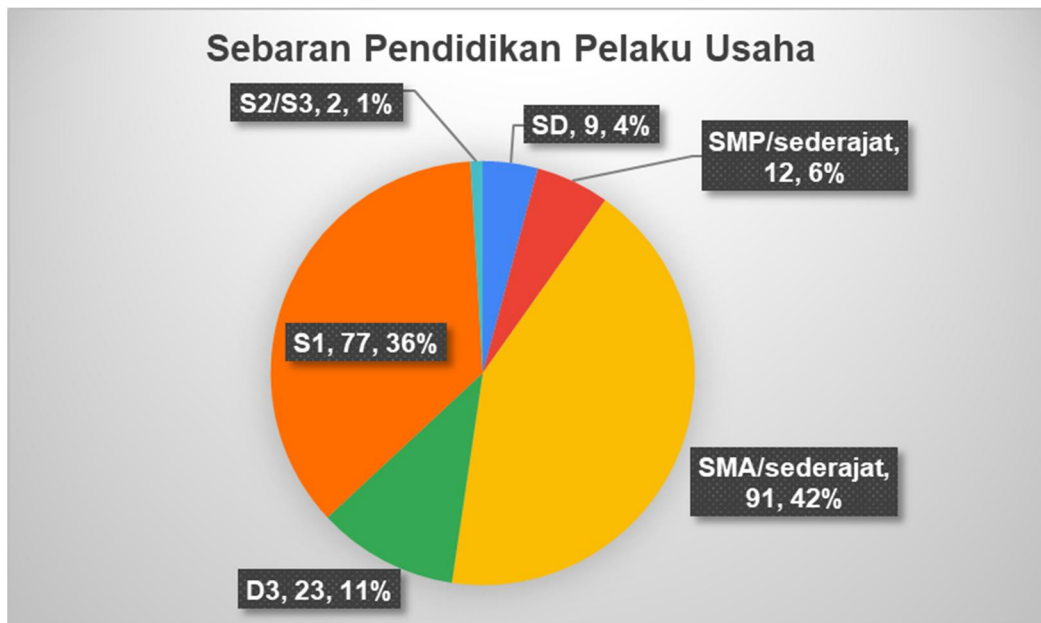
Profil usia penanggung jawab/pemilik usaha dikelompokkan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu kurang dari 30 tahun, rentang usia 31-40 tahun, rentang usia 41-50 tahun dan rentang usia 51 tahun ke atas. Dari total sampel 214 pemilik usaha atau pengelola usaha yang diwawancarai, kelompok usia yang paling banyak adalah usia 31-40 tahun sebanyak 31%, dan terendah adalah kelompok dibawah 30 tahun sebanyak 19%.



Gambar 5.1. Sebaran Usia Pelaku Usaha

V.1.2. Tingkat Pendidikan

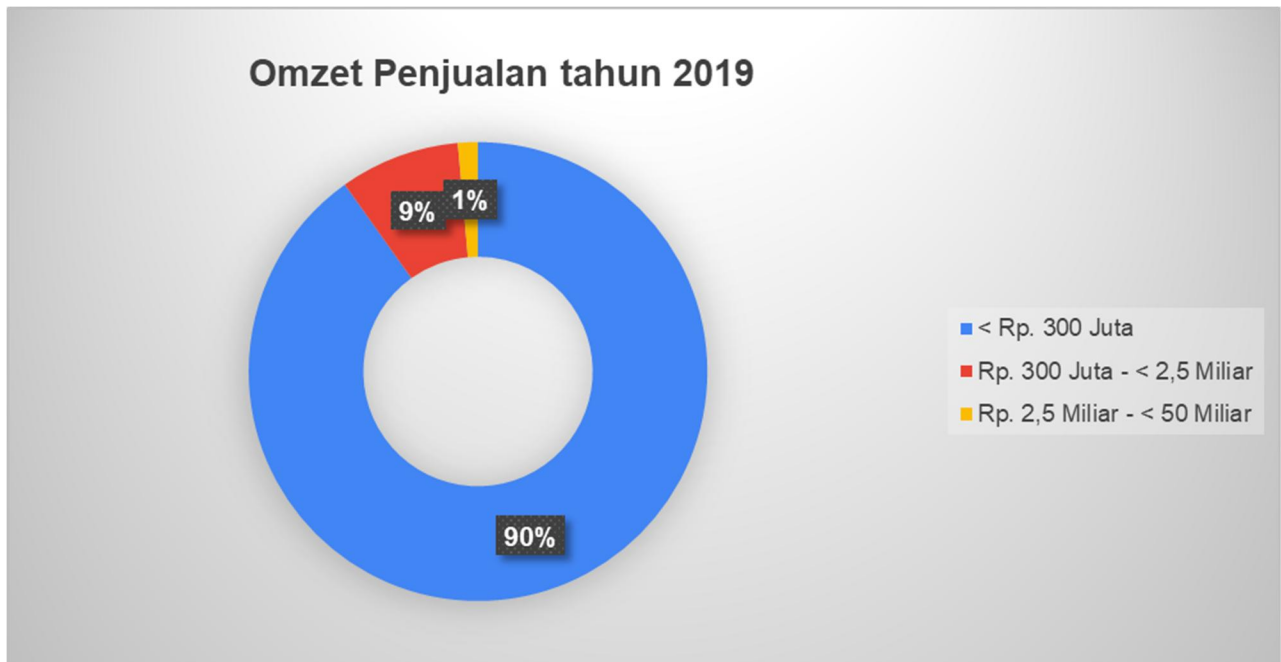
Sementara itu jika dilihat dari profil pendidikan pemilik usaha yang dikumpulkan dan bersedia diwawancarai didominasi pengusaha dengan pendidikan SMA sebanyak 42% persen atau 91 responden. Berikutnya pendidikan S1 atau sederajat dengan proporsi sebesar 36% atau sebanyak 77 pengelola usaha dan berikutnya pendidikan D3 atau sederajat sebanyak 11% atau 23 pelaku usaha.



Gambar 5.2. Tingkat Pendidikan Pelaku Usaha

V.1.3. Total Pendapatan (Omzet Penjualan)

Total pendapatan usaha adalah pendapatan yang dihasilkan dari penjualan barang atau jasa baik penjualan secara konvensional (penjualan langsung) maupun penjualan menggunakan media *e-commerce* atau online selama satu tahun 2019 (sebelum krisis). Berikut ini profil omzet penjualan tahun 2019 dari responden :

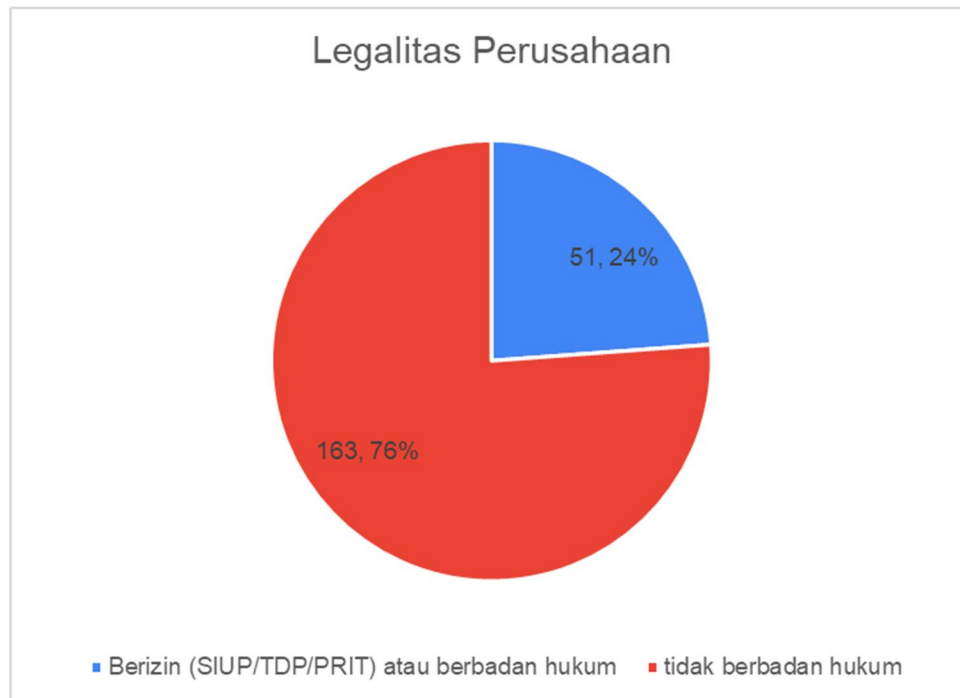


Gambar 5.3. Omzet Penjualan Pelaku Usaha

Dari data 214 pelaku usaha yang masuk, terdapat 920 atau 192 usaha yang memiliki pendapatan kurang dari 300 juta per tahun. Sedangkan pendapatan usaha antara 300juta s/d 2,5 miliar / tahun memiliki proporsi usaha sebanyak 9% atau terdapat 18 pelaku usaha. Pelaku usaha ini antara lain: batik dan tenun, batik dan fashion, pedagang baju, kaos jersey, advertising/ reklame, ayam crispy dan keripik jamur, industri minuman (Lemonih), pedagang pigura dan kaca dan pedagang elektronik *lighting sound & led screen*. Kelompok omzet yang lain adalah pendapatan Rp2,5 Miliar – 50 Miliar/tahun memiliki proporsi sebesar 1% pelaku usaha yaitu industri jas hujan, industri plastik, jasa retail and *publishing*.

V.1.4. Legalitas Perusahaan

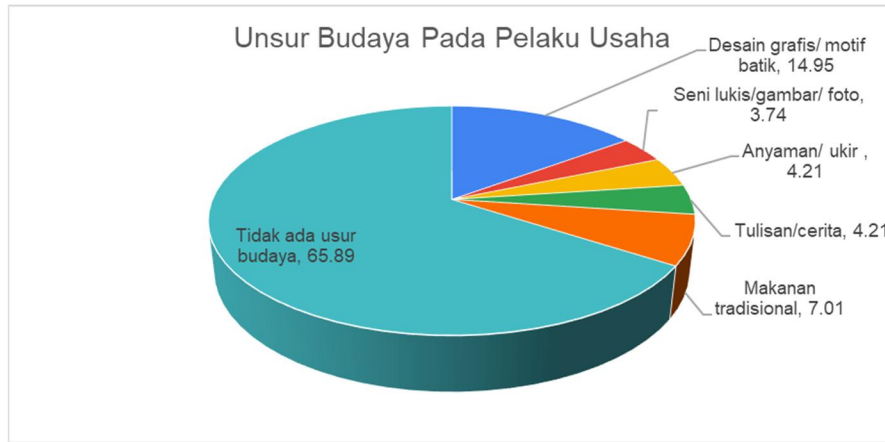
Dari 214 responden, terdapat 51 perusahaan yang memiliki badan hukum (CV, PT) atau memiliki izin usaha seperti SIUP atau TDP atau PRIT. Sedangkan sisanya sebanyak 76% belum berbadan hukum. Hal ini masih menjadi PR besar bagi dinas terkait untuk melakukan sosialisasi dan mendorong UMKM atau IKM mau dan bersedia untuk mendaftarkan legalitas usahanya. Mengingat saat ini pemerintah terus mendorong legalitas usaha bagi UMKM dengan memanfaatkan kemudahan pengurusan perizinan berusaha melalui sistem OSS. Dengan sistem ini proses pengurusan izin menjadi pasti, mudah, efisien, dan transparan.



Gambar 5.4. Legalitas Usaha

V.1.5. Unsur Budaya

Kota Surakarta adalah salah satu kota yang kaya dengan seni dan budaya yang bisa menjadi sumber inspirasi untuk produksi kreatif di berbagai sektor industri kecil dan menengah. Salah satu visi kota Surakarta adalah pembangunan ekonomi yang berbasis budaya. Karena itu perlu juga dilakukan kajian apa saja sektor usaha yang mengandung unsur seni dan budaya. Dari hasil survei diperoleh sebanyak 34,11 % usaha menggunakan unsur seni dan budaya. Unsur budaya yang digunakan cukup beragam, 14,9% responden adalah unsur budaya berupa desain grafis atau motif batik ini banyak dihasilkan oleh pelaku usaha antara lain industri batik (tulisan dan cap), tas/dompot dan produk souvenir dari perca batik, kerajinan blangkon dan ikat kepala, dan dekorasi. Unsur budaya berikutnya adalah makanan tradisional sebanyak 7,01 % responden, pelaku usaha ini antara lain nasi gudeg, soto, masakan bakmi jawa, rambak, abon, nasi intip, lendre pisang raja, jamu herbal, gado-gado dan es pisang ijo. Unsur budaya berikutnya berupa produk yang mengandung anyaman atau ukir sebanyak 4,21% responden. Pelaku usaha ini berupa mebel kayu, almari, meja, kursi dan perabotan rumah tangga terbuat dari kayu, pigura kayu dan kaca, dan sangkar burung. Unsur budaya lainnya ada unsur tulisan dan cerita sebanyak 4,21%. pelaku usaha ini berupa tour operator, paket wisata, atau jasa perjalanan wisata.



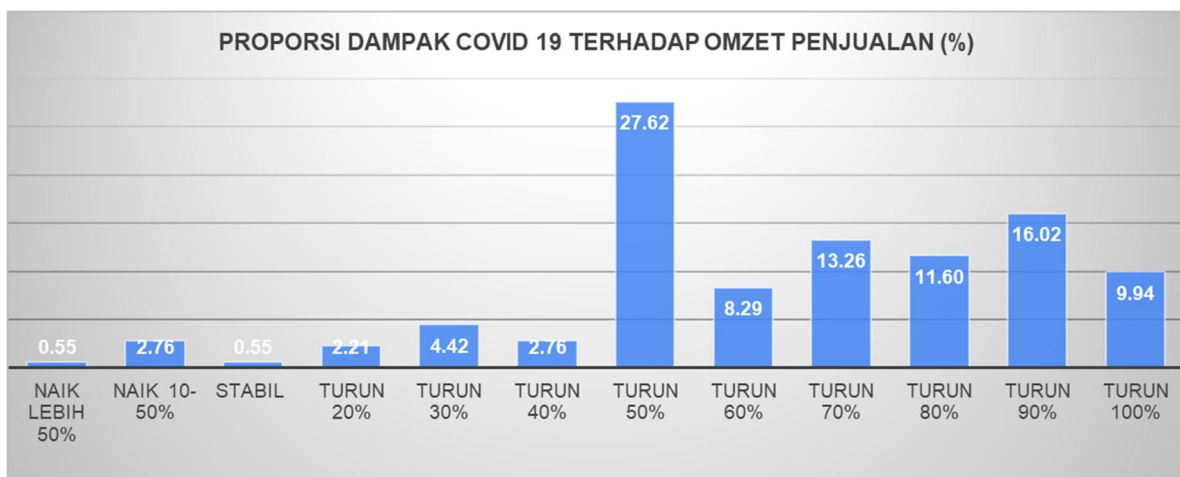
Gambar 5.5. Unsur Budaya pada Pelaku Usaha

Pada produk-produk ini unsur budaya menjadi sumber inspirasi untuk merancang desain motif, gambar dan desain produk kerajinan oleh IKM di Surakarta. Budaya (culture) ini bisa menjadi faktor pembeda atau “custom culture” yang sangat cocok bagi IKM dengan kemampuan produksi custom banyak ragam produk dan bukan produksi massal.

V.2. DAMPAK PANDEMI COVID-19

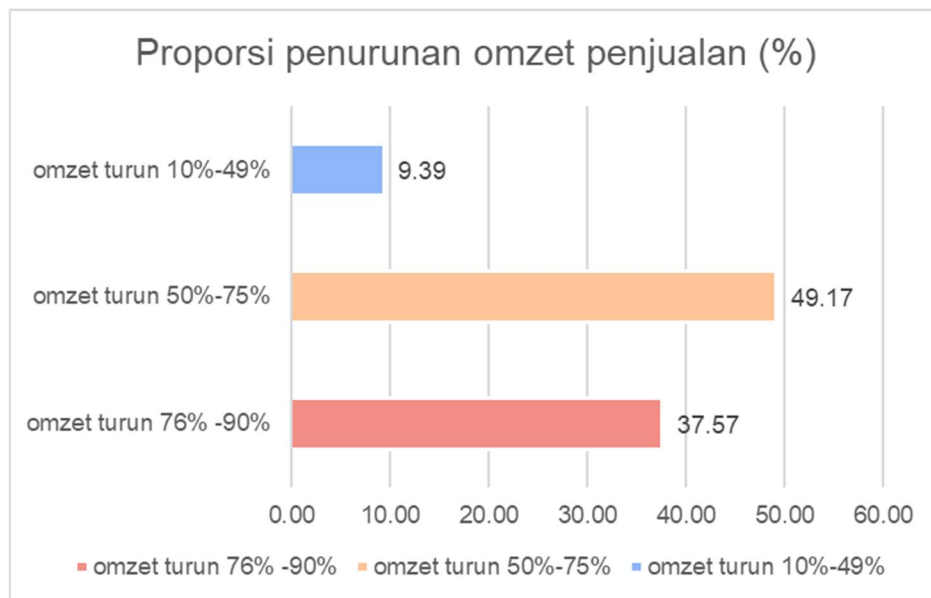
V.2.1. Dampak Pandemi Covid 19 terhadap Penurunan Omzet Penjualan

Dari 214 pengusaha, ada 30 pengusaha yang tidak mengisi nilai besaran penurunan omzet penjualan sehingga tidak dimasukkan dalam perhitungan proporsi. Sisanya sebanyak 184 pengusaha dilibatkan dalam perhitungan berikut ini:



Gambar 5.6. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Omzet Penjualan

Sebanyak 27,62% responden (atau 50 pelaku usaha) mengalami penurunan omzet selama masa pandemi sebesar 50%, sebanyak 16 % atau 29 pelaku usaha mengalami penurunan 90% s/d 95% dan 13,26 % pelaku usaha mengalami penurunan omzet hingga 70%-75%. Sebanyak 9,94 % atau 18 pengusaha menutup usahanya. Penurunan 100% ini terjadi pada pelaku usaha jasa layanan/biro perjalanan wisata, perawatan kecantikan dan rias pengantin, blangkon / ikat kepala, batik dan pakaian jadi, kerajinan “buket bunga”, tas perca batik dompet souvenir, lukisan batik dan batik dan stempel / plat nomor, dan penjual makanan / minuman yang membuka stand di Mall.



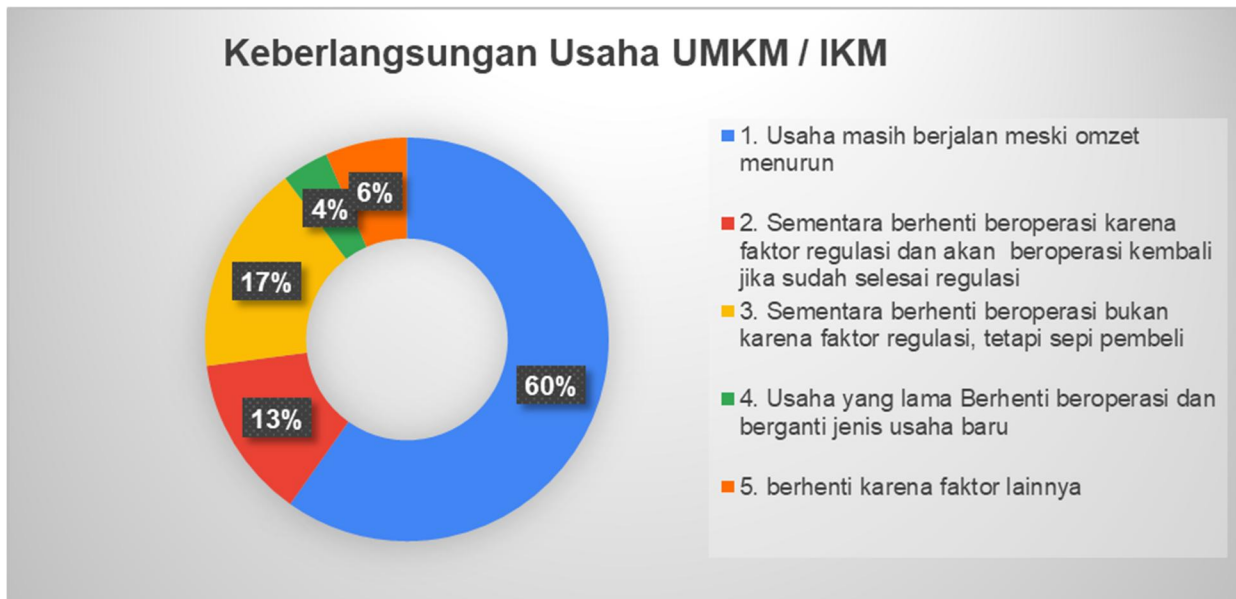
Gambar 5.7. Proporsi Penurunan Omzet Penjualan

Dampak penurunan omzet penjualan 76% hingga 90% yang dialami 68 pelaku usaha yang disurvei tentu akan sangat berat, karena para pengusaha tetap harus menanggung biaya operasional yang tetap (biaya sewa, dan gaji karyawan). Penurunan omzet membuat banyak UMKM dan IKM kehilangan modal cukup besar dan mengakibatkan gulung tikar atau menutup usahanya secara permanen atau sementara.

V.2.2 Dampak Pandemi Covid 19 pada Keberlangsungan Usaha

Penurunan omzet penjualan ini tentu memberikan implikasi yang berbeda untuk berbagai jenis usaha dan sangat ditentukan oleh daya juang pelaku usaha untuk beradaptasi kondisi yang ada. Dari data survei yang masuk hampir 60 % tetap menjalankan usahanya meskipun omzet

mengalami penurunan dan sekitar 40% usaha yang tutup karena faktor regulasi, sepi pembeli atau sudah beralih usaha bidang lain. Penurunan ini tentunya disikapi oleh perusahaan dengan melakukan penghematan dan mengurangi jam kerja dan menerapkan *work from home*. Ada 8 pelaku usaha (4%) yang menutup usahanya dan beralih ke bidang yang lain agar dapat bertahan hidup perusahaan.



Gambar 5.8. Keberlangsungan Usaha UMKM dan IKM

Sektor ekonomi yang sebagian menutup usaha karena permintaan yang menurun tajam adalah pertama sektor jasa pariwisata, sektor industri kain batik dan fashion, industri furniture, kerajinan figura (limbah kayu), dan berikutnya sektor penjualan makanan dan minuman yang berhenti sementara karena aturan pemerintah yang mengatur pelaksanaan kegiatan makan/minum di tempat umum (warung makan, rumah makan, kafe, pedagang kaki lima, lapak jajanan) baik yang berada pada lokasi tersendiri maupun yang berlokasi pada pusat perbelanjaan/mal dan hanya menerima *delivery/take away*, tidak menerima makan di tempat (*dine-in*). Dari 214 pelaku usaha ada 14 pelaku usaha yang menutup usaha lama dan mengalihkan usahanya ke usaha lainnya seperti usaha kuliner (makanan dan minuman), jualan masker dan *handsanitizer*, bahkan ada pelaku usaha yang memberikan kursus dan menjadi agen untuk membuat konten sosial media.

Meski sebagian besar responden menyatakan pandemi sangat merugikan, namun masih ada 19 responden pelaku usaha yang kondisi perusahaannya tidak berpengaruh sama sekali akibat pandemi Covid-19. Bahkan ada usaha yang mengalami pertumbuhan omzet selama pandemi covid 19, diantaranya :

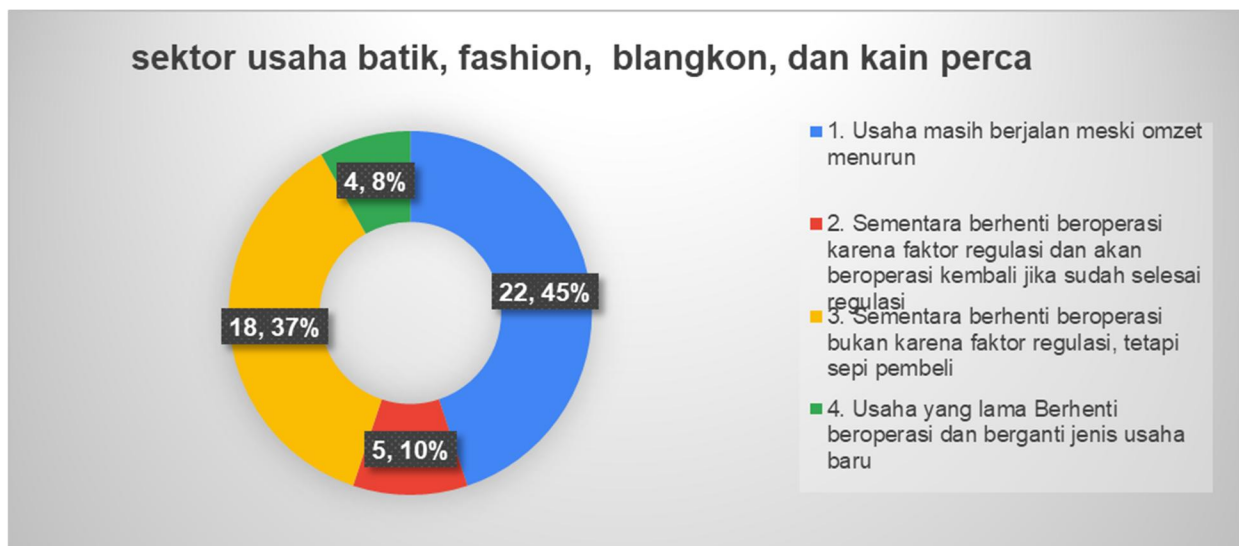
- Industri pembuatan produk kosmetik gol B (sabun, lotion, masker powder).
Industri ini dapat memanfaatkan momen yang tepat karena tren kenaikan produk perawatan kecantikan selama pandemi. Perusahaan ini memanfaatkan sosial media seperti Instagram, dan facebook untuk membantu pemasaran produk keluar daerah. Kenaikan penjualan produk kecantikan bisa mencapai 100%.
- Industri makanan
Beberapa makanan yang banyak diminati adalah rambak kedelai, makanan kering seperti balado teri, abon, keripik pisang, wader, rambak kedelai atau kue basah (sosis basah, kroket dan selat solo). Pelaku usaha ini mampu memanfaatkan *e-commerce marketplace* seperti Shopee dan Go-food untuk memasarkan produknya dan meningkatkan penjualan hingga 50%.
- Produk batik khususnya produk yang melayani produk pakaian batik (daster, dan pakaian santai di rumah).
Produk ini bisa meningkatkan penjualan hingga 10%. Pelaku usaha mampu memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, telegram, line dan memiliki fleksibilitas dalam menerima pesanan.
- Industri jas hujan dan warung kelontong
Permintaan atas produk jas hujan dan warung kelontong tidak dipengaruhi adanya pandemi covid 19.

Implikasi dari kondisi ini ke depan bagi ekonomi lokal kota Surakarta akan berdampak cukup besar terkait penurunan *demand* dan sebagian orang akan bekerja dari rumah. Perubahan gaya hidup ini mengakibatkan adanya perubahan kebutuhan akan barang dan jasa dan juga perubahan pola belanja dari konvensional mengarah pada digital (*e-commerce*). Perusahaan yang tidak bisa menyesuaikan dengan cepat pola belanja dan kebutuhan produk di masyarakat akan mengalami kesulitan dalam usaha dan akhirnya tidak bisa bersaing.

Untuk melihat dampak pandemi covid pada masing-masing sektor usaha laporan ini mencoba menganalisis kelompok usaha sejenis (homogen) dengan jumlah minimal UMKM atau IKM sebanyak 30 pelaku sebagai batas minimal data teorema central limit. Berikut ini adalah dampak pandemi covid 19 pada Keberlangsungan Usaha di beberapa subsektor ekonomi lokal

A. Subsektor Batik, Fashion, Blangkon Dan Kain Perca

Yang menarik dari 49 pengusaha batik, fashion, blangkon dan kain perca yang didata, terdapat 22 unit usaha atau 45% responden yang masih menjalankan usaha meski omzet menurun. Sebanyak 38% atau 18 pelaku usaha yang menutup usaha karena sepi pembeli (daya beli rendah). Disamping itu sebanyak enam (6) pelaku usaha (8%) yang karena permintaan produk menurun pelaku usaha yang beralih usaha membuka usaha kuliner dan berjualan alat medis kesehatan (masker dan hand sanitizers). Sementara ada sebagian pelaku yang mencoba untuk beralih dari bisnis konvensional menjadi bisnis *online* atau *e-commerce* sebanyak 36% atau 6 pelaku usaha. Sedangkan yang tetap bertahan dengan bisnis konvensional sebanyak 40% atau 18 pengusaha.



Gambar 5.9. Keberlangsungan Usaha Sektor Batik, Fashion, Blankon, dan Kain Perca

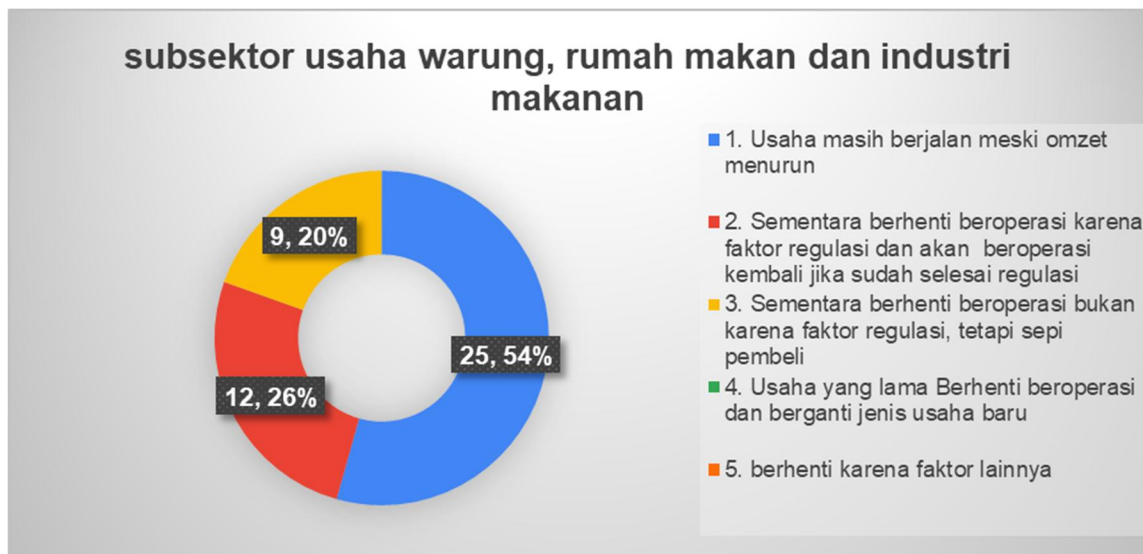
Dari 49 pelaku usaha yang menjadi responden, terdapat 37% pelaku yang berhenti beroperasi karena sepi pembeli dan 8% yang berhenti dan berganti jenis usaha baru. Kondisi ini bisa diduga ada dua penyebab, yakni : tren kebutuhan pakaian sudah selama pandemi menurun karena kebutuhan pakaian untuk bepergian ke luar rumah, pergi ke kantor, acara resmi sangat berkurang.

Penyebab kedua adalah pola pergeseran belanja selama pandemi ini berubah dari pasar konvensional menuju ke pasar digital. Tidak semua UMKM siap untuk berubah dan melekat teknologi untuk berjualan di *marketplace* atau sosial media

Implikasi dari perubahan ini, maka pemerintah dari berbagai dinas terkait diharapkan terus mendorong pelaku usaha di subsektor ini untuk mengikuti pelatihan *e-commerce*. Selanjutnya dinas terkait juga melakukan monitoring apakah pada pelaku sudah tergerak untuk menerapkan atau melakukan transformasi ke sistem pemasaran berbasis online ini. Perlu dilakukan monitoring secara berkala untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi dan bagaimana penyelesaian.

B. Subsektor Kuliner Dan Industri Makanan

Pada sektor usaha kuliner dan industri makanan – minuman, dari 53 sampel yang masuk terdapat 54 % usaha (25 usaha) masih tetap beroperasi dengan menjalankan bisnis secara konvensional (penjualan langsung) dan 35% usaha (19 Pengusaha) sudah bertransformasi usaha menggunakan penjualan *online* atau *e-commerce*. Sisanya sebanyak 9 usaha (20%) menutup usaha karena sepiya permintaan.



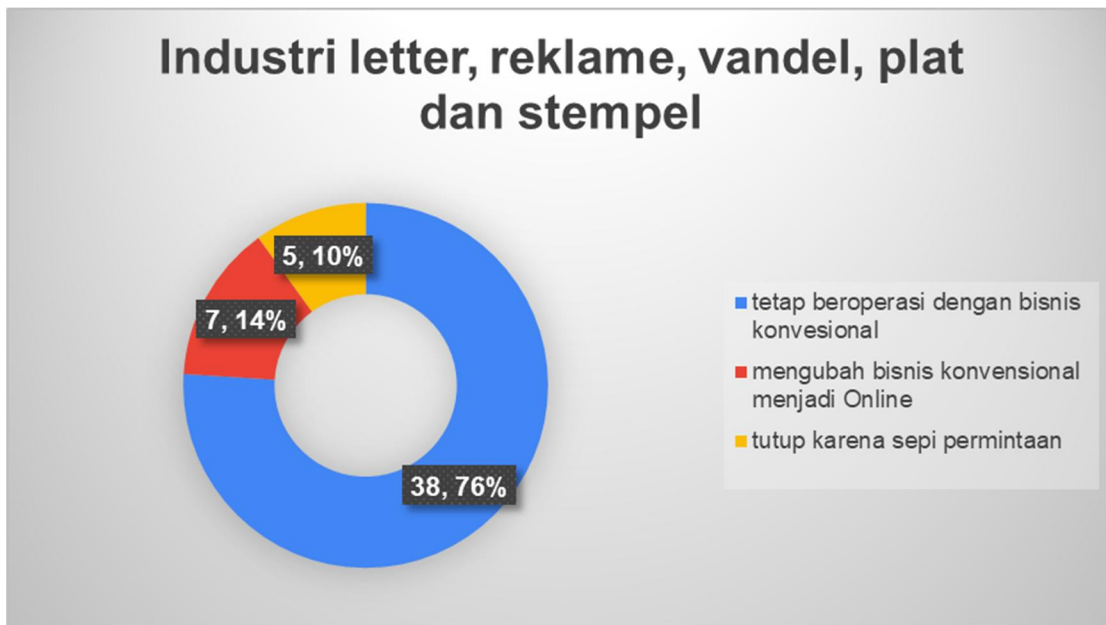
Gambar 5.10. Keberlangsungan Usaha Kuliner dan Industri Makanan-Minuman

Untuk subsektor kuliner dan industri makanan-minuman pada saat pandemi covid ini dipaksa untuk bertahan hidup kelangsungan usaha dengan melakukan transformasi usaha ke bisnis online. Ada 11 usaha kuliner (makanan) yang terus buka dan 5 usaha sempat tutup sementara tetapi saat

ini buka dengan bertransformasi ke bisnis online. Meskipun omzet secara keseluruhan turun, tetapi usaha makanan masih dapat berjalan sambil menunggu daya beli masyarakat yang meningkat. Pada subsektor ini tidak semua UMKM yang menjalankan *e-commerce* dapat menjalankan bisnisnya. Ada 3 usaha yang tutup karena sepi pasar meskipun sudah menerapkan *e-commerce*.

C. Subsektor Usaha Letter, Reklame, Vandel, Plat dan Stempel

Pada 50 IKM kerajinan letter, reklame, vandel, plat dan stempel terdapat 38 pengusaha atau 76% tetap menjalankan usahanya meskipun omzet penjualannya turun drastis. Hanya 7 pelaku usaha (14%) yang berani mencoba mengubah penjualan bisnis ke *online (e-commerce)* sisanya sebanyak 5 pengusaha yang tutup usaha.

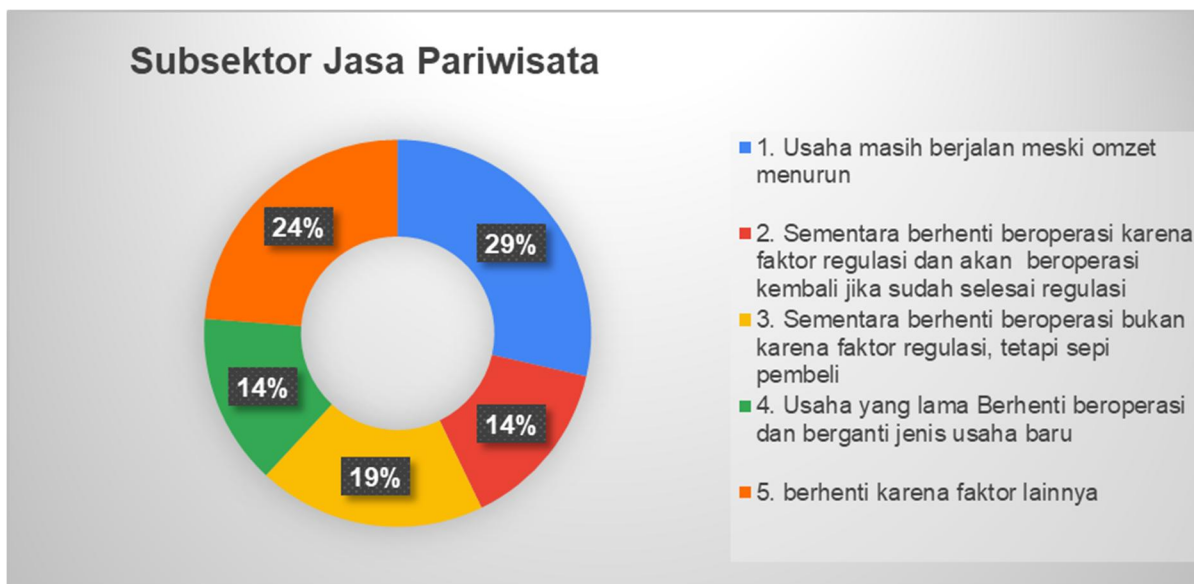


Gambar 5.11. Keberlangsungan Usaha Letter, Reklame, Vandel, Plat dan Stempel

D. Subsektor Jasa Pariwisata (Tour and Travel Agent, Event Organizer, Sewa Kendaraan Dan Penginapan)

Dari data 21 Perusahaan di bidang jasa pariwisata, hanya 29% atau 6 perusahaan yang tetap berjalan meskipun omzet menurun. Usaha yang masih berjalan seperti jasa sewa mobil dan penginapan kost. Pada subsektor ini banyak yang belum berjalan karena aturan regulasi (14%) dan karena sepi pengunjung (19%). Sedangkan 14% menghentikan usaha dan beralih ke usaha membuat pelatihan yang berkaitan dengan dunia bidang M.I.C.E (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition).

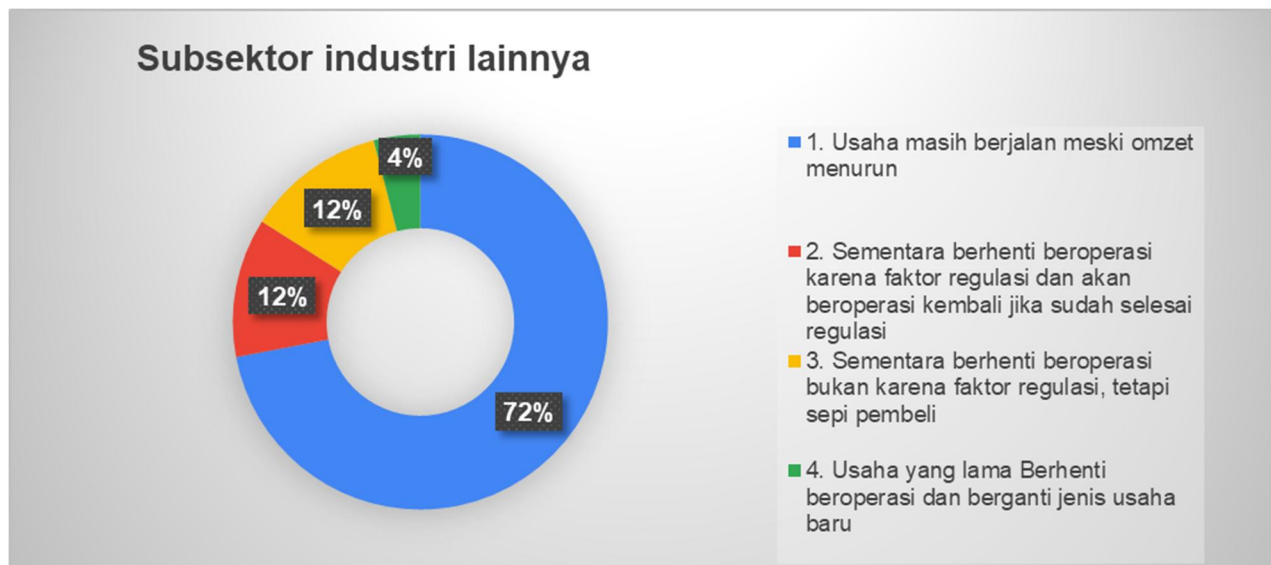
Jadi dari 21 pelaku usaha (71%) menutup sementara usahanya karena aturan pemerintah terkait dengan PPKM Darurat atau PPKM level 4 yang mengharuskan pelaku usaha yang bergerak di bidang non-esensial tidak membuka usaha dan pembatasan pergerakan orang (konsumen) sangat memukul dunia usaha pariwisata akibat tidak adanya kegiatan dunia pariwisata fisik. Yang menarik dari subsektor ini adalah sebanyak 76% perusahaan (16 responden) pada sektor ini sudah bertransformasi menggunakan media *online* dalam pemasaran (sosial media, market place dan *Web-ecommerce*), tetapi karena sektor pariwisata masih terpuruk dan pembatasan mobilitas warga karena PPKM maka sebagian besar omzet penjualan turun dan memilih menutup usaha sementara.



Gambar 5.12. Keberlangsungan Jasa Pariwisata

E. Subsektor Aneka Industri

Karena sampel yang terkumpul jumlahnya terbatas maka beberapa subsektor yang ada dikelompokkan dalam satu sub sektor. Kelompok industri terdapat 27 pelaku usaha dengan produk yang dihasilkan antara lain mebel, kerajinan kayu (figura), sangkar burung, percetakan dan industri pengolahan kimia (plastik dan lilin). Pada subsektor ini sebanyak 72% atau 18 pelaku usaha masih berjalan. Sedangkan sisanya 28% memilih untuk menutup usaha. Untuk industri mebel sebagian tutup karena sepi pembeli dan karena faktor aturan dari pemerintah untuk menutup usaha bagi bidang yang non-esensial.



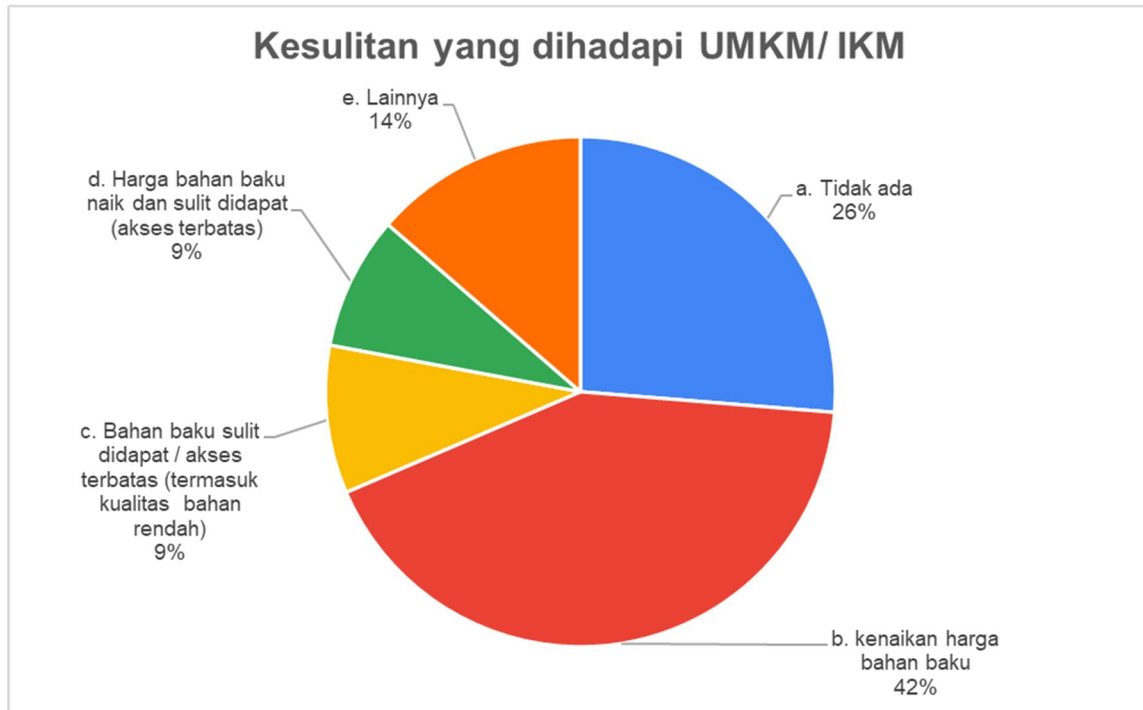
Gambar 5.13. Keberlangsungan Sub Sektor Lainnya

V.2.3. Kesulitan Bahan Baku

Pandemi Covid-19 yang telah melanda lebih dari setahun membawa dampak pada sejumlah UMKM dan IKM di Kota Surakarta. Pandemi Covid-19 berimbas kepada kemampuan produksi lokal. Selain kesulitan penjualan (omzet penjualan yang turun), UMKM dan IKM juga dihadapkan dengan kendala lain seperti kenaikan harga bahan baku dan kelangkaan bahan baku dengan mutu tertentu. Kesulitan karena kenaikan harga bahan baku, yang secara langsung berimbas kepada tingginya biaya produksi yang harus ditanggung. Kenaikan ini dirasakan oleh 51% pelaku usaha di Surakarta. Berdasarkan wawancara pelaku usaha, diketahui bahwa beberapa jenis kain produksi lokal seperti rayon dan katun yang digunakan oleh para pelaku IKM di sektor konveksi mengalami kenaikan yang sangat signifikan antara 20%-30% per yard. Hal ini disebabkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No.161/PMK.010/2019, PMK No.162/PMK.010/2019 dan PMK No.163/PMK.010/2019 terkait Pemberlakuan Bea Masuk Tindakan Pengamanan Sementara (BMTPS)/*Safeguards* terhadap impor tekstil dan produk tekstil (TPT) dengan dampak hingga saat ini. Kebijakan ini menyebabkan adanya ketimpangan jumlah supply dan demand terhadap jenis bahan baku kain.

Kenaikan harga bahan baku mencapai 30% semakin mempersulit para pelaku IKM untuk mendapatkan bahan baku bagi keberlangsungan usahanya saat ini. Wabah Covid-19 menyebabkan belum pulihnya ekonomi beberapa negara mengakibatkan distribusi bahan baku juga terganggu,

hal ini berdampak pada IKM dan UMKM yang mengandalkan bahan baku impor seperti kedelai biji dan beberapa jenis kain tertentu.



Gambar 5.14. Kesulitan bahan baku yang dihadapi UMKM

Dari data 214 pelaku usaha, 24 responden menyatakan kesulitan utama adalah kenaikan harga bahan baku dan 9% responden menyatakan akses bahan baku yang berkualitas juga semakin sulit diperoleh dan jika bahan baku ada, harganya juga sudah mahal. Naiknya harga dan kesulitan akses bahan baku berkualitas menyebabkan harga jual produk harus dinaikkan sehingga sulit bersaing dengan produk sejenis dari perusahaan besar. Untuk membahas kesulitan ini maka kita dapat menguraikan masing-masing sektor sebagai berikut

A. Kesulitan bahan baku yang dihadapi IKM Batik, fashion, tekstil, dan kain perca

Dari 49 sampel responden yang bersedia menjawab kuesioner, terdapat 33% (16 pelaku usaha) menyatakan saat ini menghadapi kesulitan karena kenaikan harga bahan baku, 18% responden menyatakan kesulitan mendapat akses bahan baku dan 14% responden (9 pelaku usaha) menjawab kesulitan keduanya harga yang naik dan akses yang sulit.

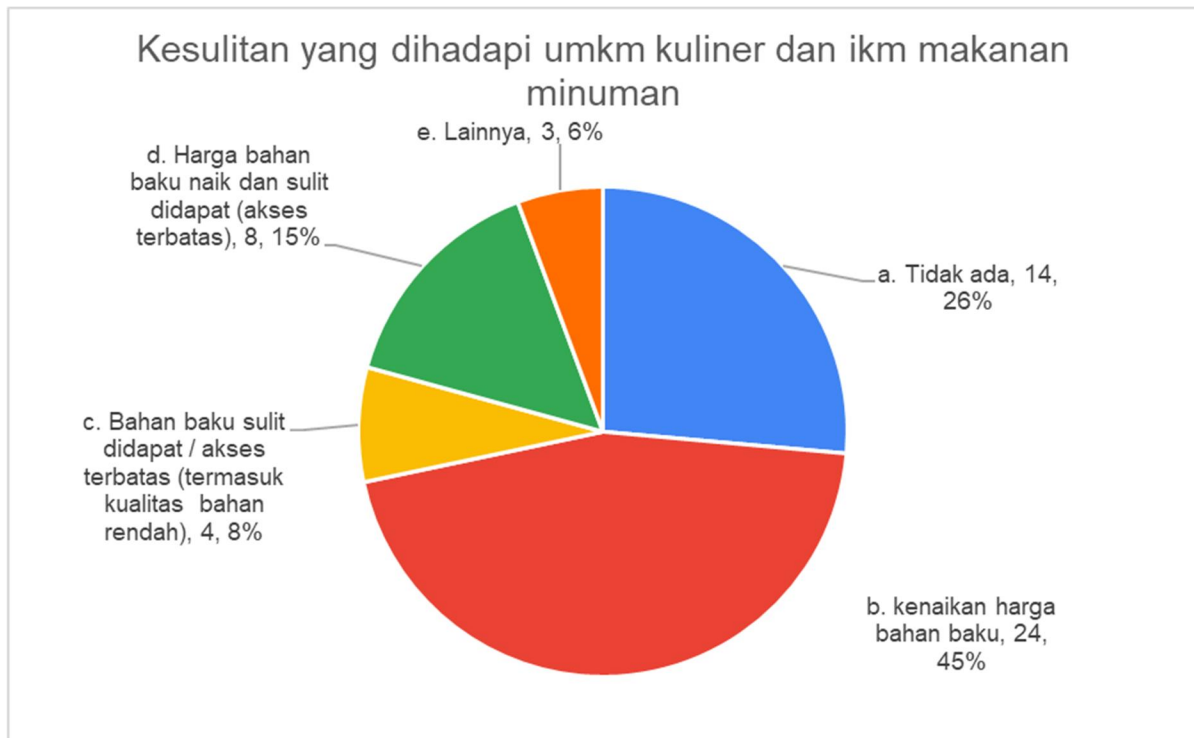


Gambar 5.15. Kesulitan yang dihadapi IKM batik, fashion, tekstil dan kain perca

Data hasil kajian ini juga diperkuat dengan beberapa laporan Sekjen Asosiasi Pengusaha Industri Kecil Menengah Indonesia (APIKMI) bulan April 2021, yang mengatakan kebijakan *Safeguard* Bahan Baku Tekstil Impor menyebabkan kenaikan harga bahan baku tekstil dan merugikan para pelaku IKM di sektor garmen dan konveksi. Problem kebijakan *safeguard* ini sebenarnya sudah diingatkan oleh peneliti Fitri Rahmadani (2017) dalam kajian ilmiah berjudul Pengaruh Penerapan Tindakan Pengamanan Perdagangan (*safeguard*) produk impor benang asal India bagi industri TPT (tekstil dan produk tekstil) di Indonesia”. Dari kajian ini disebutkan Penerapan pengenaan Bea Masuk Tindakan Pengamanan (BMTP) atas produk benang kapas dari India tidak mampu memulihkan kerugian yang dialami industri dalam negeri dan mengurangi volume impor. Karena pada faktanya volume impor masih mengalami peningkatan dan Industri dalam negeri belum pulih dari kerugian serius yang dialami sebelumnya. Implikasi dari data dan kajian ini mendorong pemerintah untuk mengevaluasi kebijakan pengamanan perdagangan bahan baku impor khususnya yang belum bisa digantikan oleh produk lokal.

B. Kesulitan Yang Dihadapi UMKM Kuliner dan IKM Makanan

Sama dengan industri tekstil yang masih dihadapkan dengan tingginya harga bahan baku, umkm kuliner dan industri makanan dan minuman sebanyak 45% responden atau 24 pelaku usaha merasakan kenaikan harga bahan baku yang berdampak pada kenaikan biaya produksi. Untuk menaikkan harga jual mereka berpikir dua kali mengingat daya beli masyarakat masih rendah. Sebagian responden juga merakan kesulitan mendapat akses bahan baku yang berkualitas baik mengingat kondisi covid membawa dapat pada terhambatnya distribusi bahan baku ke pasar.



Gambar 5.15. Kesulitan yang dihadapi UMKM kuliner dan IKM Makanan Minuman

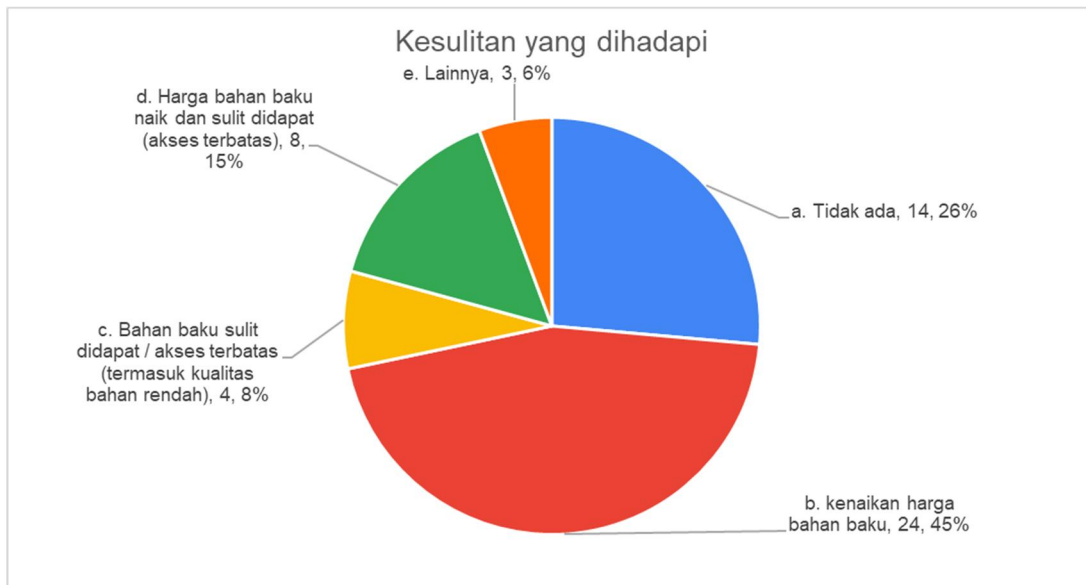
Hirawan dan Verselita (2020) menjelaskan penerapan karantina wilayah secara parsial dan melakukan pembatasan kegiatan di tempat umum, telah membuat perubahan pola kerja di sektor pangan mulai dari proses pengadaan bahan baku, proses produksi hingga konsumsi. Pasokan bahan baku industri makanan juga harus menyesuaikan protokol berproduksi untuk menjamin kualitas dan keamanan pangan di tengah pandemi. Akibat pembatasan pergerakan antar wilayah ada sedikit hambatan dan perubahan pola pasokan bahan baku pangan mengalami penyesuaian / transformasi dari pasar tradisional, sebagian

mulai mengarah pada pasar-pasar modern dan pasar yang menggunakan basis online. Berdasarkan perbandingan harga beberapa komoditas pokok pangan dari laporan BPS, dari tahun 2018, 2019 dan 2020, terjadi beberapa kenaikan untuk beberapa komoditas antara lain= minyak goreng sawit, daging sapi, daging ayam dan daging sapi, telur dan gula pasir

Implikasinya tren perubahan perdagangan komoditas pangan dan gangguan logistik sudah dapat diprediksi sebelumnya. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengoptimalkan potensi industri makanan & UMKM kuliner dengan memperbaiki sistem logistik pangan daerah.

C. Kesulitan Yang Dihadapi IKM Aneka Industri

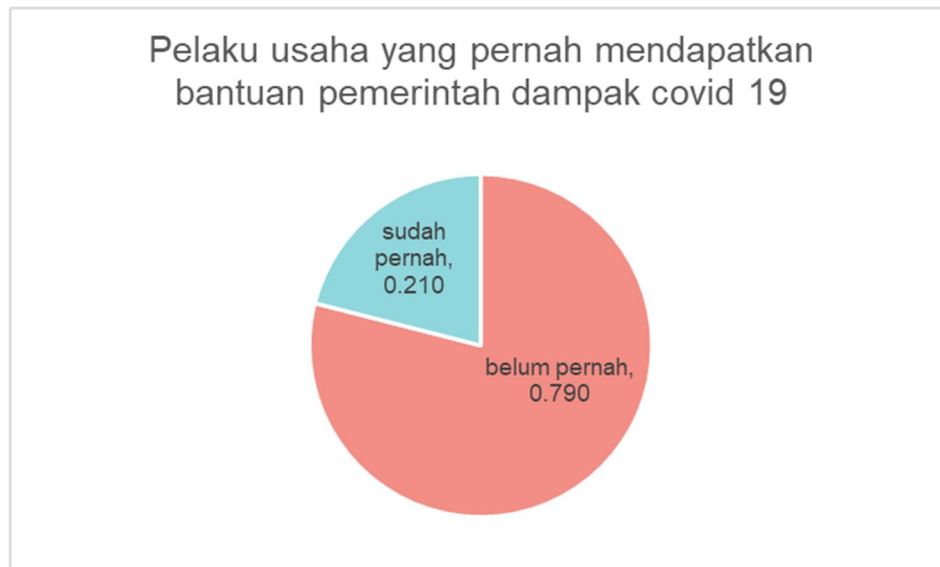
Pada kelompok aneka industri, sebagian besar (45% pelaku usaha) industri mengalami kenaikan harga bahan baku terutama jenis industri percetakan, kimia (plastik), pigura, dan sangkar burung. Untuk industri mebel dan industri kusen kayu (pintu jendela), dari enam pelaku ada empat IKM yang menyatakan harga bahan baku (kayu) mengalami kenaikan. Sedangkan dua lainnya tidak mengalami kesulitan bahan baku.



Gambar 5.15 Kesulitan yang Dihadapi

V.2.4. Bantuan yang Pernah Diberikan pada IKM Aneka Industri

Untuk merespons situasi pandemi Covid 19, sebenarnya pemerintah pusat dan daerah telah membuat berbagai kebijakan dan memberikan bantuan jaminan sosial khusus bagi para pengusaha yang terkena dampak. Berikut ini hasil survei terhadap 214 pelaku usaha terkait bantuan yang pernah diterima dari pemerintah karena dampak covid 19 di kota Surakarta.



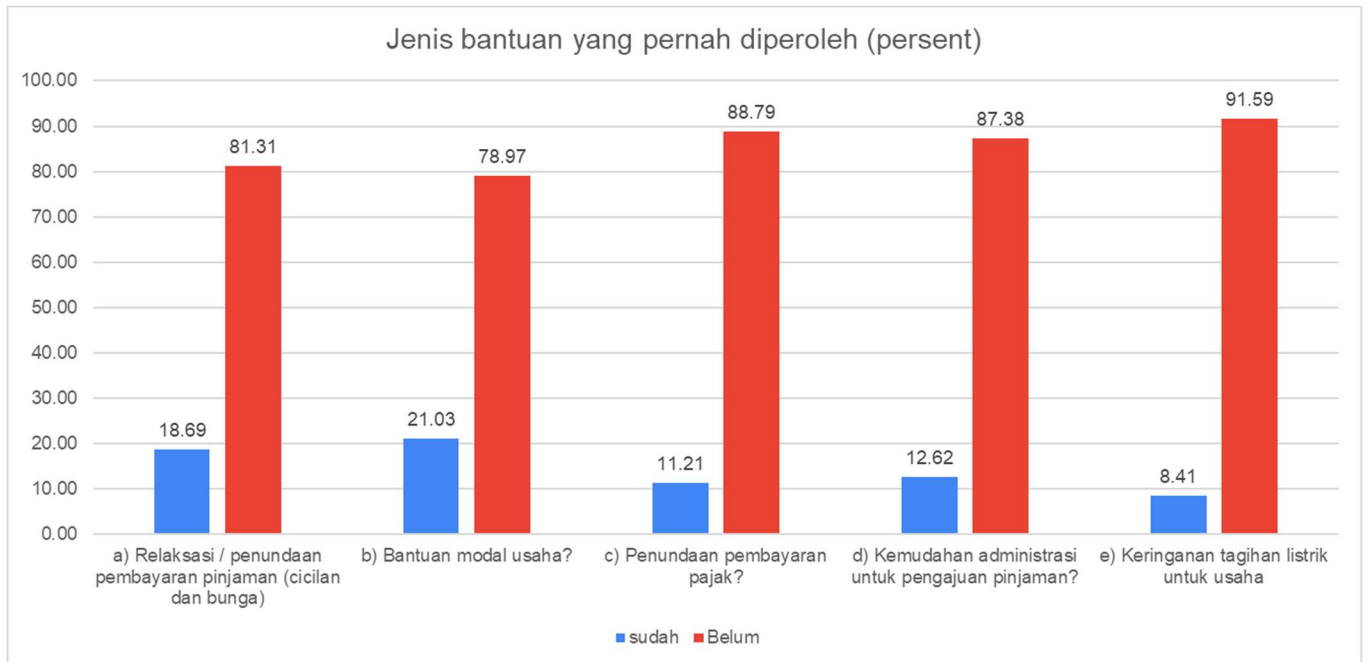
Gambar 5.16. Bantuan Pemerintah untuk Pelaku Usaha

Dari hasil survey diketahui, masih banyak (79%) pelaku usaha yang belum merasakan bantuan pemerintah di tengah pandemi ini. Hal itu menandakan pemerintah perlu bergerak lebih masih lagi untuk membantu pelaku usaha yang belum menerima bantuan. Upaya ini dilakukan guna mengurangi beban pelaku usaha menengah, kecil dan mikro akibat adanya kebijakan PPKM selama pandemi COVID-19.

Jika dilihat dari jenis bantuan, Kajian PEL ini menggunakan indikator yang digunakan oleh BPS dalam mengukur bantuan yang pernah diterima pelaku usaha. Bentuk bantuan yang pernah diterima antara lain:

- a) Relaksasi / penundaan pembayaran pinjaman (cicilan dan bunga),
- b) Bantuan modal usaha,
- c) Penundaan pembayaran pajak,
- d) Kemudahan administrasi untuk pengajuan pinjaman, dan
- e) Keringanan tagihan listrik untuk usaha.

Berikut ini hasil survei terhadap 214 pelaku usaha dengan berbagai jenis bantuan yang pernah diterima:

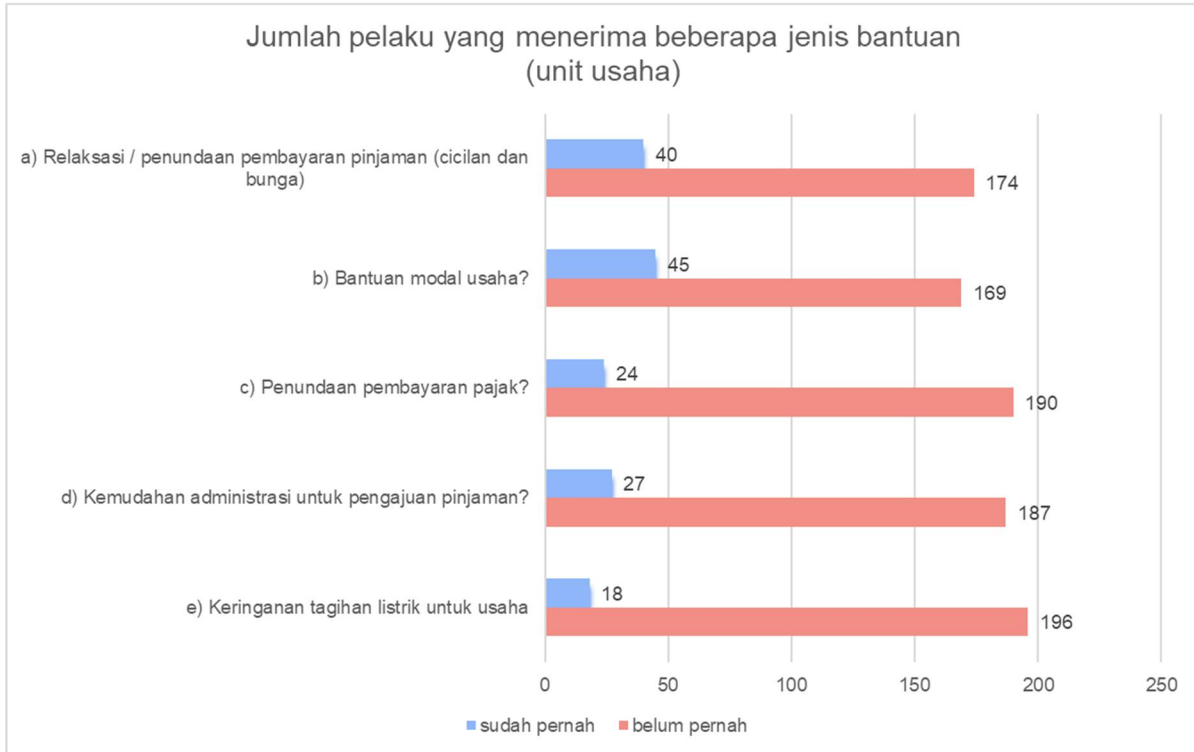


Gambar 5.17. Bantuan Pemerintah yang Diterima Selama Pandemi

Sebagian perusahaan telah merasakan berbagai kebijakan pemerintah, khususnya bantuan modal usaha sebanyak 21,03%, relaksasi (penundaan) pembayaran pinjaman kredit perbankan sebanyak 18,69% , kemudahan administrasi pengajuan pinjaman sebanyak 12,62%, penundaan pembayaran pajak 11,21% dan keringanan pembayaran tagihan listrik untuk usaha sebanyak 8.41%. Jika dilihat dari jumlah pelaku usaha yang sudah mendapatkan berbagai jenis bantuan antara lain:

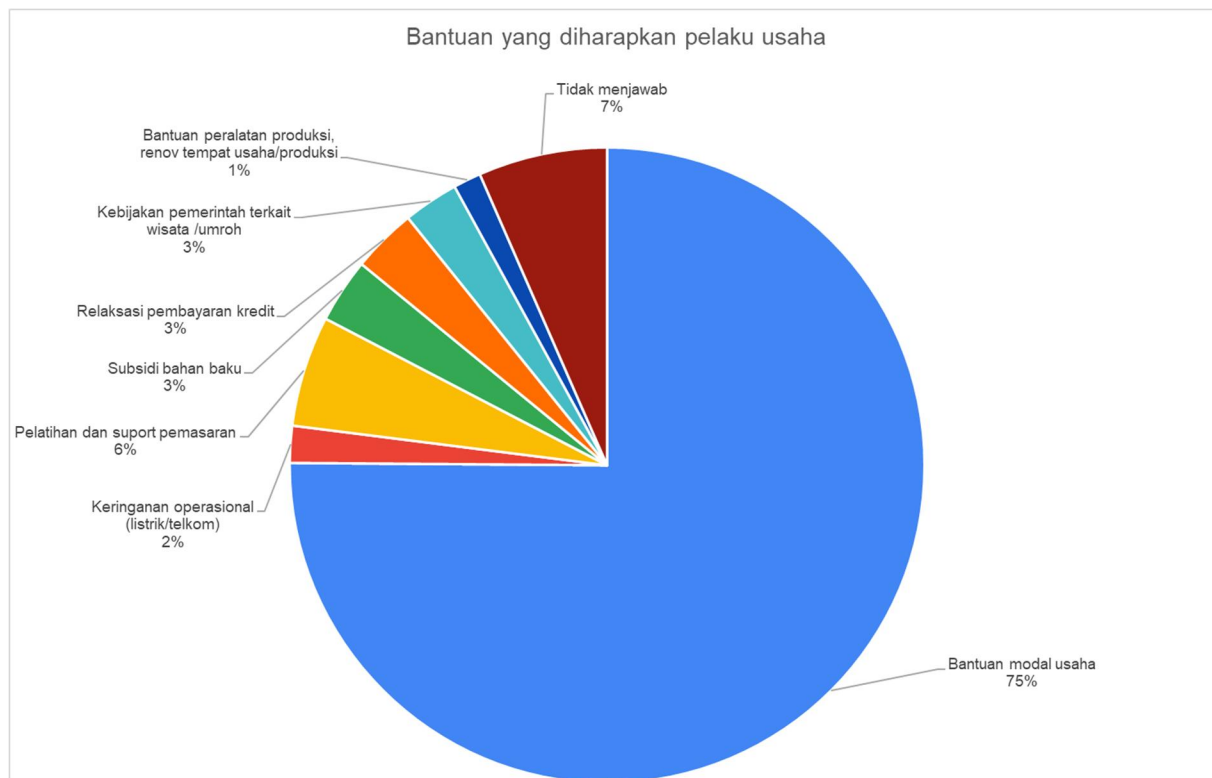
- a. Relaksasi / penundaan pembayaran pinjaman (cicilan dan bunga) sebanyak 40 pelaku usaha
- b. Bantuan modal usaha, sebanyak 45 pelaku
- c. Penundaan pembayaran pajak, 24 pelaku
- d. Kemudahan administrasi untuk pengajuan pinjaman, 27 pelaku dan
- e. Keringanan tagihan listrik untuk usaha 18 pelaku

Berikut adalah gambar grafik sebaran pelaku yang sudah mendapatkan bantuan dari pemerintah



Gambar 5.18. Jumlah pelaku usaha yang menerima jenis bantuan dari pemerintah

Ketika responden ditanya kebutuhan atau bantuan apa yang paling dibutuhkan oleh para pelaku usaha



Gambar 5.18. Bantuan yang diharapkan Pelaku Usaha

Dari 214 responden yang bersedia mengisi kuesioner terdapat 76% atau 161 pelaku usaha menyatakan membutuhkan modal usaha untuk menjalankan usaha di era covid 19 ini. Yang menarik adalah ada sebagian pelaku usaha yang membutuhkan bantuan bentuk lain, berupa:

- Enam persen atau 12 pelaku usaha menyatakan membutuhkan pelatihan dan suport pemasaran untuk dapat merebut kembali pasar yang sempat turun. Bentuk dukungan yang diharapkan /disebutkan yaitu bantuan merancang packaging yang menarik, membiayai influencer kota Surakarta untuk membuat konten yang menarik dan bantu promo *free story* produk-produk IKM/UMKM di instagramnya, dan pelatihan tim kreatif untuk membuat konten.
- Tujuh pelaku usaha atau 3% responden menghendaki adanya subsidi pengadaan bahan baku karena saat harga bahan baku utama dari IKM/UMKM sudah sangat mahal. Sedangkan harga jual produk sulit dinaikkan karena pasar masih lemah daya belinya.
- Tujuh pelaku usaha atau 3% responden yang lain membutuhkan relaksasi kredit perbankan yang menjadi beban bagi UMKM/ IKM

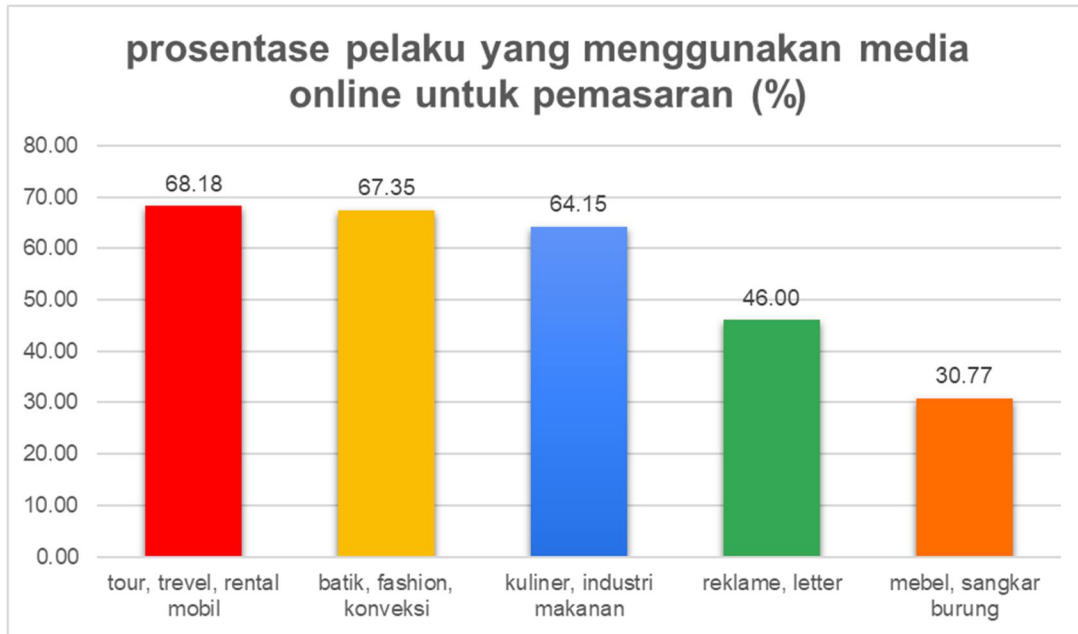
- Enam pelaku dari subsektor traveling dan wisata (3%) membutuhkan dukungan pemerintah untuk membuat kebijakan pelonggaran beroperasinya tempat-tempat wisata dan adanya upaya pemerintah melobi pihak Arah Saudi untuk izin umroh
- Empat pelaku usaha lainnya (4%) berharap mendapatkan keringanan biaya operasional (listrik/telkom) mengingat omset penjualan sangat turun sedangkan biaya operasional masih cukup tinggi.
- Tiga pelaku usaha atau 1,5 % menyatakan membutuhkan bantuan peralatan produksi, dan renovasi tempat usaha/produksi agar layak dan memenuhi persyaratan.

V.3. MEDIA E-COMMERCE

Steve Dennis dalam bukunya yang berjudul *Remarkable Retail* tahun 2019 sudah mengingatkan akan adanya perubahan pola belanja di masyarakat yang akan berdampak pada pelaku usaha retail. Steve menyebutkan penggunaan *smartphone* dan teknologi informatika telah mendorong belanja *online* berkembang dan menjadi pilihan utama karena :

1. Faktor kemudahan ada di depan *smartphone*, pembeli dapat memilih berbagai jenis produk, merek dengan harga bersaing dan bisa bertanya langsung ke penjual. Penjual yang mampu memberikan jawaban singkat, jelas dan cepat menjadi salah satu faktor keunggulan.
2. Berkembangnya berbagai situs media penjualan *online* (*market place*) yang mudah diakses seperti Bulalapak, shopee, blibli.com, Gojek dll.
3. Peningkatan faktor keamanan belanja *online*. Salah satunya yang saat ini berkembang di Indonesia adalah layanan antar barang dengan metode *Cash On Delivery* atau COD. COD adalah metode pembayaran tunai saat barang tiba, ini adalah salah satu pilihan aman dalam bertransaksi yang semakin banyak diminati oleh pengguna ecommerce.

Dari sisi pelaku usaha, hadirnya media penjualan online menjadi peluang untuk dapat meningkatkan keuntungan dan memperluas target pasar di dunia maya. Saat ini pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai media pemasaran / penjualan seperti *marketplace*, *web-bisnis* (*e-commerce*) atau pun sosial media (seperti Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram dll).



Gambar 5.20. Persentase Pengguna Media Online Untuk Pemasaran

Dari 214 pelaku usaha yang disurvei, terdapat 53,7% atau 115 pelaku usaha yang menggunakan atau pernah menggunakan media online (media sosial, marketplace, atau web-bisnis) untuk mempromosikan dan memasarkan produknya. Dari 115 pelaku usaha ini, ada sebagian pelaku yang sudah tidak aktif lagi menggunakan media online karena berbagai alasan. Masalah utama ketidakaktifan menggunakan media online pemasaran karena tidak memiliki waktu yang cukup untuk fokus dalam melayani pemasaran online atau tidak memiliki tenaga kerja terampil yang dapat menangani *e-commerce*.

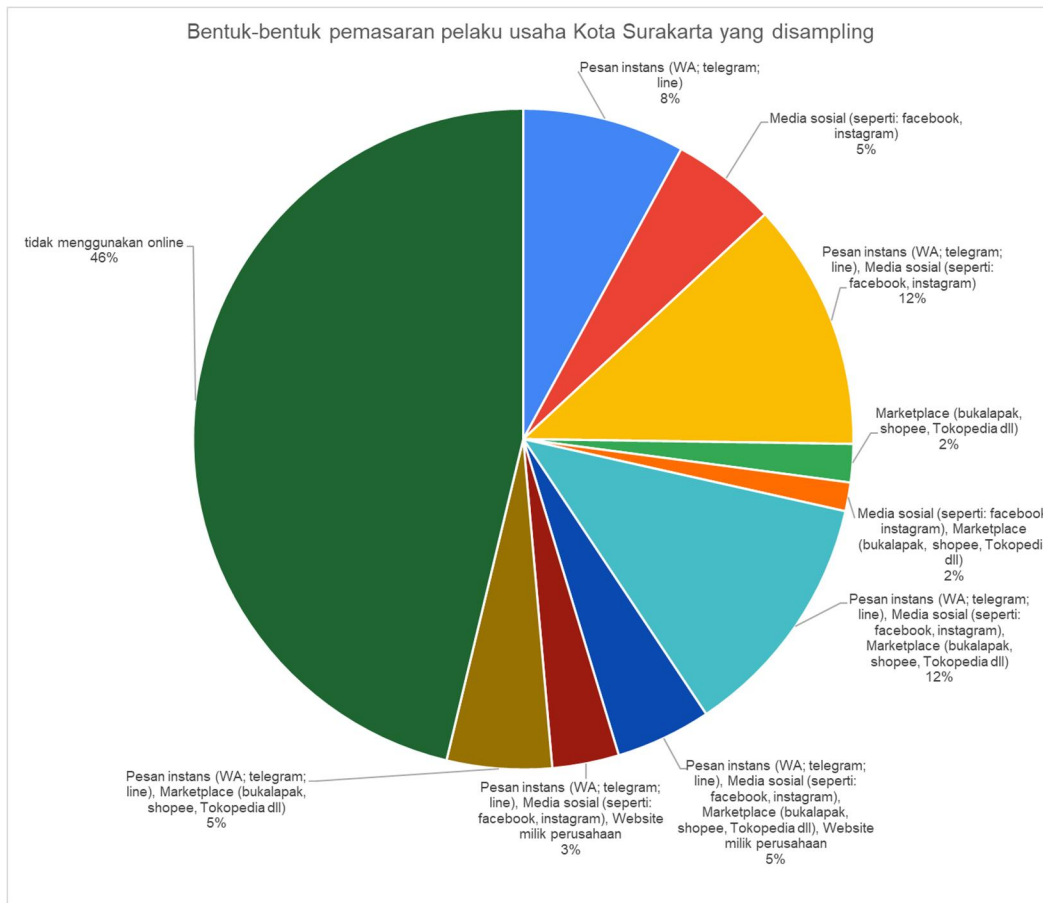
Subsektor yang banyak menggunakan media online adalah subsektor pariwisata (*tour and travel*, paket wisata, rental mobil, dan *adventure provider*) dimana dari 22 pelaku yang dapat disurvei terdapat 15 pelaku atau 68,1 % yang menggunakan media online untuk pemasaran dan promosi. Selanjutnya subsektor batik, fashion, konveksi, dan produk dari bahan tekstil. Pada sektor ini dari 49 responden yang didata terdapat 33 pelaku usaha atau 67% pelaku usaha subsektor ini menggunakan atau pernah menggunakan media online untuk promosi dan penjualan. Dari sektor UMKM kuliner dan industri makanan minuman, dari 53 pelaku usaha terdapat 34 pelaku usaha atau 64.15% yang menggunakan atau pernah menggunakan media pemasaran online untuk memasarkan dan promosi produk. Berikutnya subsektor reklame dan leter, dari 50 pelaku usaha

yang disurvei terdapat 23 pelaku atau 46% yang menggunakan atau pernah menggunakan media online. Sektor dengan tingkat penggunaan media *online* rendah adalah subsektor mebel, sangkar burung dan kerajinan dari kayu, dimana dari 13 pengusaha yang disurvei terdapat 4 pelaku atau 30,7% pelaku yang menggunakan media *online*.

Implikasi hasil survei ini adalah sektor jasa travel, wisata sudah banyak yang mencoba menggunakan media pemasaran online, begitu juga subsektor produk batik, konveksi juga sudah lebih dari 50% yang disurvei pernah mencoba menggunakan media sosial atau market place sebagai media penjualan *online*. Tetapi karena kondisi pandemi dan daya beli masyarakat yang turun maka penjualan baik *offline* maupun *online* juga mengalami penurunan permintaan.

Bentuk Pemasaran Online Yang Sering Digunakan

Survei yang dilakukan mengkaji tentang bentuk pemesanan dan penjualan produk atau jasa melalui beberapa media. Sebanyak 12,5 % pelaku usaha mendapatkan pemesanan produk / jasa melalui pesan instan (WhatsApp, telegram, line), dan media sosial (seperti: Facebook, Instagram). Berikutnya sebanyak 12,5 % adalah kombinasi tiga media yaitu pesan instan, media sosial dan *Marketplace* (buka lapak, Shopee, Tokopedia dll). Kelompok ketiga terbanyak sebesar 8% adalah pengusaha yang menggunakan hanya pesan instan sebanyak 7,9 % atau 17 pelaku usaha. Pengusaha yang menggunakan pesan instan dan marketplace sebanyak 5,14% atau 11 pelaku usaha. Pengusaha yang menggunakan keempat model belanja online sebanyak 4,67% atau 10 pelaku usaha.



Gambar 5.21. Bentuk Pemasaran *Online* Pelaku Usaha

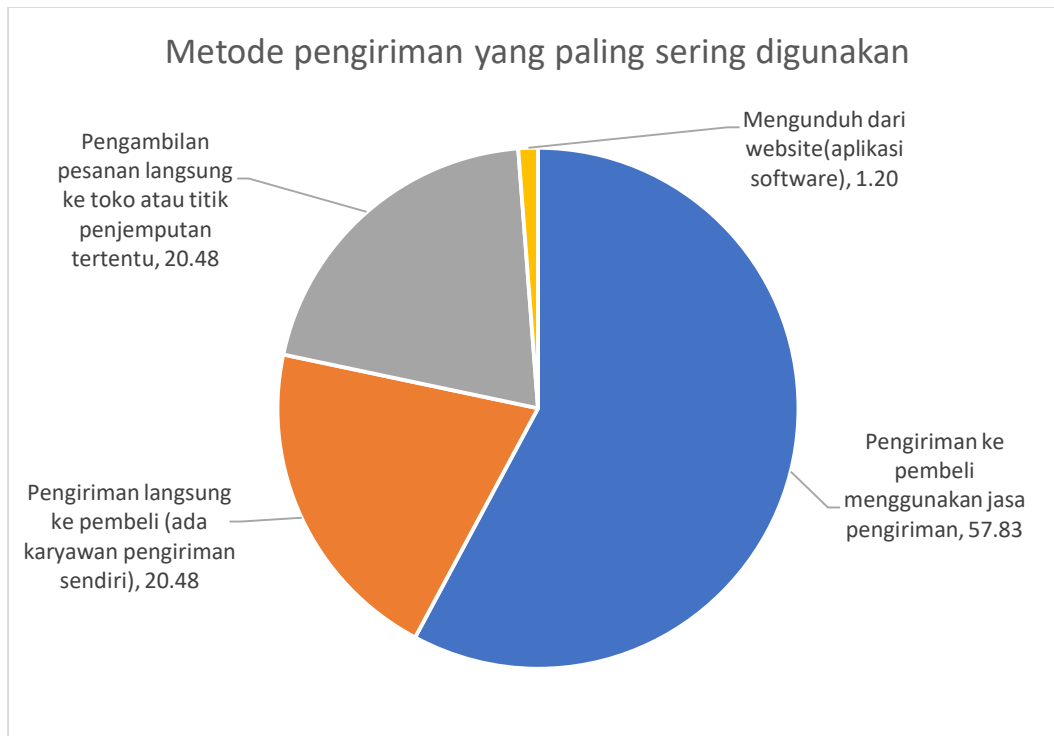
Pesan instan (WhatsApp, telegram, line) dan media sosial (Facebook, Instagram) adalah dua media yang dominan dan hampir semua pelaku usaha online menggunakan atau pernah menggunakan media tersebut. Kedua media ini gratis, praktis untuk berjualan dan sangat cocok untuk pemula yang baru belajar mengenal marketing *online*. Selanjutnya media *marketplace* adalah pilihan yang perlu dicoba untuk pengembangan pasar lebih serius dan terakhir pengembangan web-bisnis (*e-commerce*) perlu dikembangkan oleh beberapa UMKM / IKM yang benar-benar serius untuk mengembangkan marketing *online* dimana media ini memerlukan persiapan dan biaya investasi yang cukup besar. Dengan manfaat untuk menjaga pelayanan ke pelanggan dan memelihara hubungan dengan pelanggan, *website* bisa menjadi alternatif bagi yang sudah profesional mengembangkan pasar ini. Hanya 7,8 % pengusaha atau 17 pelaku usaha yang survei memiliki akun penjualan *website* resmi (*e-commerce*) yang dikelola oleh perusahaan. Dengan memiliki

website e-commerce, pelaku usaha dapat memiliki kontrol penuh terhadap platform tersebut mulai dari desain, navigasi, tampilan katalog, hingga pengalaman berbelanja konsumen. Perusahaan bisa meng-*update* secara berkala *website* bisnis perusahaan sesuai dengan kampanye atau promo yang sedang dijalankan. Hal ini memungkinkan pengusaha dapat memberikan pengalaman berbelanja bagi pelanggan dan lebih personal sesuai segmen pasar yang dituju. Di samping itu dengan menggunakan basis data, pengguna *website e-commerce* dapat menyimpan data pelanggan dan perilaku pelanggan, sehingga upaya mempelajari keinginan pelanggan dan memuaskan pelanggan jauh lebih mudah dan efisien.

Jika UMKM / IKM sudah menggunakan beberapa media pemasaran bersamaan maka ada masalah yang muncul berikutnya adalah masalah administrasi terkait manajemen stok, penetapan harga dan memantau penjualan. Masalah administrasi ini akan menyulitkan jika tidak dibantu dengan *software* yang menerapkan *omni channel*. Menurut Tedja (2019) *Omni Channel* adalah model bisnis lintas kanal yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pengalaman pelanggan mereka. Pelanggan dari perusahaan yang menggunakan *omni channel* dapat melakukan belanja dengan menggunakan berbagai kanal baik *online* maupun *offline*. Konsumen dapat berbelanja di berbagai platform seperti sosial media, *marketplace* maupun pesan singkat. Dengan beragam media yang ditawarkan, tingkat kepuasan konsumen diharapkan meningkat dan fleksibel. Perusahaan dapat memberikan pengalaman lebih ke pelanggan seperti diskon, pembayaran melalui fintec atau COD, hingga pengiriman bebas ongkos kirim.

Metode Pengiriman yang Paling Sering Digunakan

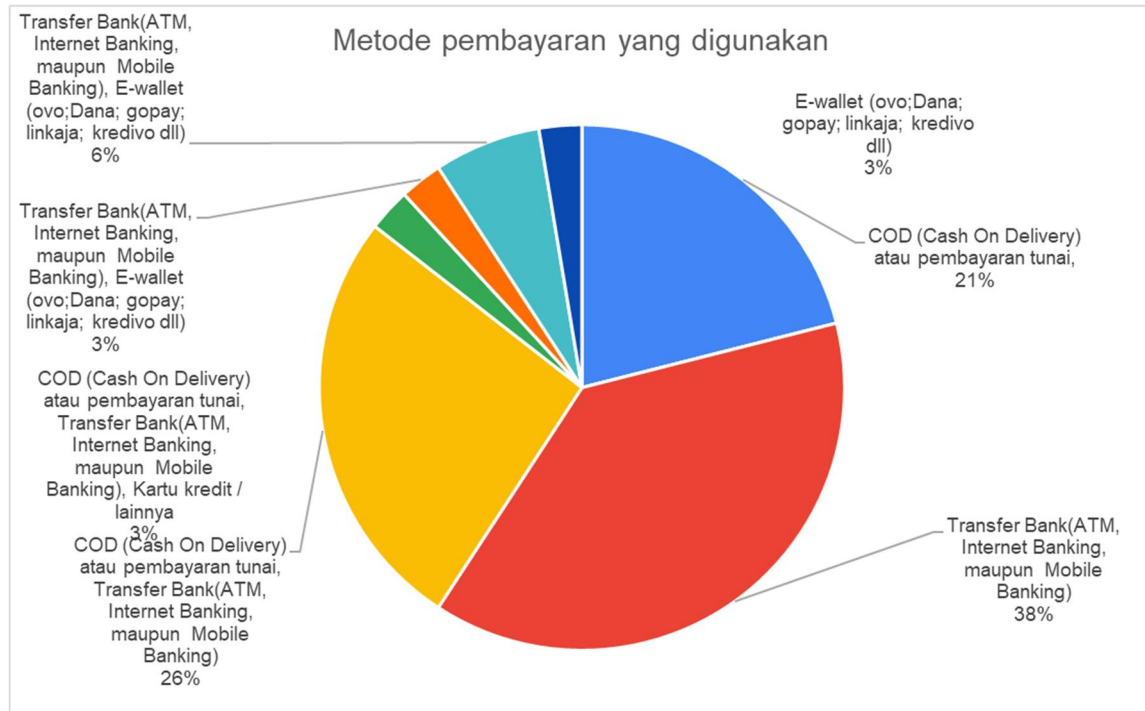
Pada survei penggunaan media online untuk menghadapi pandemi covid 19, dari 115 responden hanya 83 pelaku yang menjelaskan metode pengiriman barang (produk) yang sering digunakan digunakan. Selebihnya tidak menjawab dikarenakan jenis usaha adalah industri jasa seperti travel, salon dan jasa lainnya. Dari responden yang masuk, terdapat 57,8% menyatakan paling sering mengirim pesanan barang yang dipesan menggunakan jasa pengiriman.



Gambar 5.22. Metode pengiriman yang paling sering digunakan

Sebanyak 20,48% responden melakukan pengiriman langsung yang dilakukan oleh tenaga pengiriman sendiri dan sebanyak 20,48% responden menggunakan metode bertemu di titik pertemuan (COD – *Cash on Delivery*) atau diambil di toko. Dari survei ini terlihat bahwa ketika belanja online meningkat maka subsektor lain juga mendapatkan manfaat langsung seperti subsektor jasa pengiriman barang, dimana hampir 57,8 % transaksi online oleh pelaku yang disurvei terbukti menggunakan jasa pengiriman barang. Implikasi lain yang perlu dipikirkan oleh pemerintah daerah adalah penggunaan kemasan plastik dan stereofom sebagai pengemas barang dan makanan yang digunakan UMKM/IKM. Karena itu perlu dipikirkan dampak lingkungan untuk mendorong menerbitkan kebijakan pembatasan penggunaan plastik dan stereofom, juga mendorong penggunaan tempat makanan yang bisa didaur ulang atau ramah lingkungan.

Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan



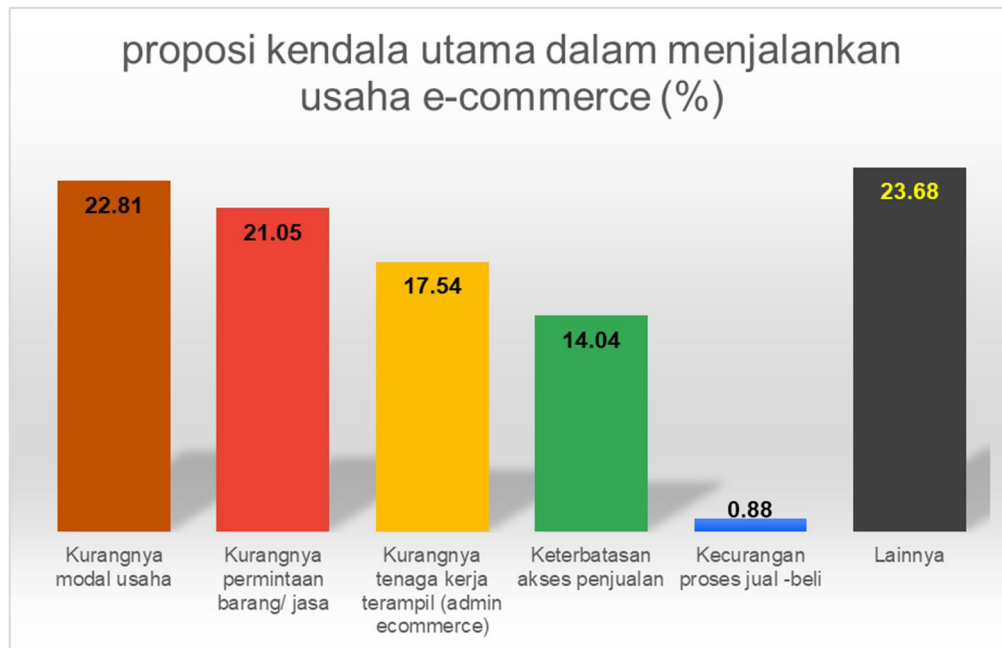
Gambar 5.23. Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan

Responden diminta menjelaskan terkait metode pembayaran yang paling sering digunakan dalam proses jual-beli. Dari hasil survei diketahui bahwa metode yang paling banyak digunakan adalah transfer bank (*ATM*, *internet banking*, atau *mobile banking*) sebanyak 38%. Selanjutnya sebanyak 26% responden menggunakan kombinasi dua metode yaitu metode transfer bank atau metode pembayaran tunai di tempat. Kelompok ketiga adalah pelaku usaha yang lebih sering menggunakan metode COD atau pembayaran di tempat sebanyak 21% responden. Implikasi hasil ini pelaku usaha dan masyarakat kota Surakarta masih lebih menyukai pembayaran COD/ pembayaran tunai dan transfer ATM sebagai metode utama pembayaran belanja online. Ke depan pemerintah daerah bersama pengelola *e-wallet* dapat melakukan sosialisasi metode pembayaran lainnya dengan menawarkan kemudahan dan manfaat atau diskon dari aplikasi yang disediakan oleh masing-masing penyedia jasa layanan fintech.

Kendala Utama Dalam Menjalankan Usaha E-Commerce

Dalam menjalankan usaha *e-commerce*, banyak pelaku usaha yang merasakan banyak hambatan sehingga menyebabkan tidak aktif lagi dalam penjualan online. Dari jawaban yang masuk, 22,8%

pelaku usaha menyatakan kendala utama adalah kurangnya modal usaha. Yang juga menjadi kendala adalah kurangnya permintaan atas barang/ jasa yang ditawarkan. Kendala berikutnya adalah kurangnya tenaga terampil untuk mengelola administrasi *e-commerce* dan keterbatasan akses pemasaran produk.



Gambar 5.24. Kendala dalam Menjalankan Usaha E-Commerce

Dari jawaban ini terlihat ada dua faktor yang perlu dicermati. Pertama faktor eksternal perusahaan yaitu melemahnya daya beli masyarakat dan adanya larangan pemerintah untuk sektor non esensial untuk membuka usahanya menyebabkan permintaan akan barang/jasa turun. Faktor berikutnya adalah faktor internal perusahaan disebabkan karena kurangnya tenaga terampil administrasi *e-commerce* sangat penting untuk memberikan pelayanan sebelum dan sesudah penjualan. Masalah lain adalah terbatasnya akses penjualan. Hal ini sangat bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa pasar *e-commerce* adalah jalan yang dapat membuka akses ke pasar yang tidak dibatasi jarak dan waktu. Kondisi pasar yang terbuka lebar menjadi peluang bagi pelaku bisnis memainkan strategi pemasaran *online* untuk menembus pasar lokal, nasional dan pasar luar negeri. Jika para pelaku tidak dapat menarik konsumen ke lapak *marketplace*, atau media sosial mereka, maka kemudahan ini akan sia-sia. Implikasi temuan ini adalah pelatihan khusus untuk pelaku usaha digital untuk *scale up* penjualan digital melalui beberapa strategi pemasaran digital yang efektif.

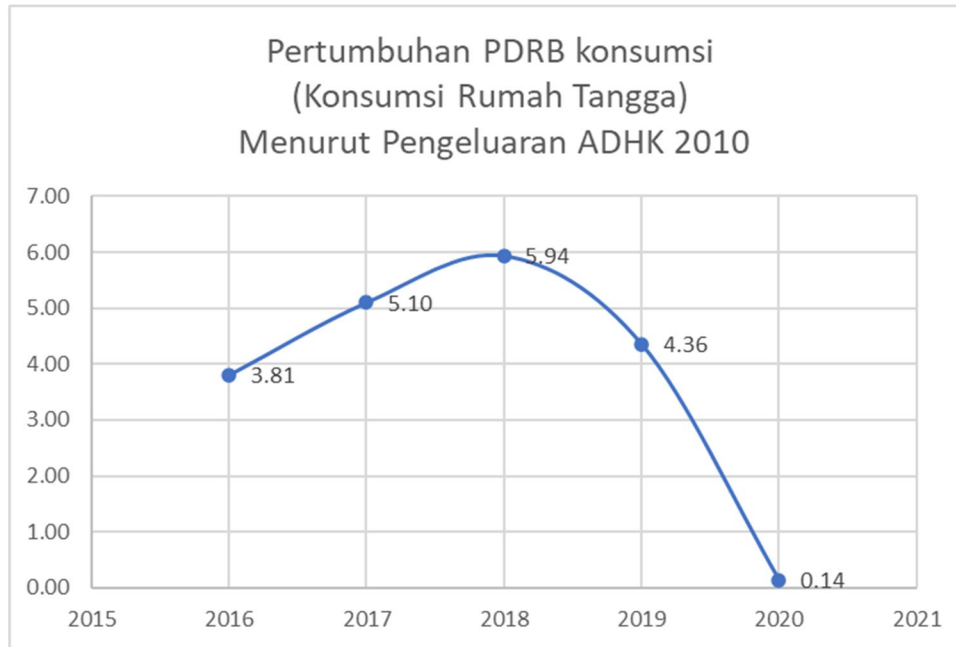
BAB VI

IMPLIKASI DAN USULAN REKOMENDASI

VI.1. IMPLIKASI MELEMAHYA PERTUMBUHAN PDRB KOTA SURAKARTA

Tiga sektor ekonomi yang terpuruk dengan pertumbuhan minus pada tahun 2020 yaitu sektor transportasi dan pergudangan sebesar -62,69%, sektor penyedia akomodasi dan makanan dan minuman berkontraksi sebesar -15,67% dan sektor perdagangan dan pengecer termasuk dealer mobil & motor tumbuh negatif - 5,18%. Ketiga sektor ini mengalami kontraksi karena adanya kebijakan pembatasan pergerakan, penutupan tempat hiburan, pusat perbelanjaan dan rumah makan – minuman karena tidak termasuk sektor esensial.

Pembatasan yang telah berlangsung sejak tahun 2020 hingga saat ini bertujuan meminimalisir risiko penyebaran virus covid-19 di keramaian. BPS mencatat bahwa anjloknya pertumbuhan ekonomi sejalan dengan situasi pandemi yang berkepanjangan. Selain menyebabkan pertumbuhan PDRB melambat bahkan sebagian sektor minus (kontraksi) mengakibatkan terjadi penurunan pendapatan riil penduduk Kota Surakarta tahun 2020 sebesar -2.26% dari tahun sebelumnya. Melemahnya pendapatan penduduk akan berdampak pada melemahnya kemampuan daya beli masyarakat dan tercermin pada konsumsi rumah tangga sepanjang 2020 yang hanya tumbuh 0,14%, jauh lebih rendah dari pada tahun sebelumnya mencapai pertumbuhan konsumsi sebesar 4,36%. Angka 0,14 % ini menunjukkan terjadinya kontraksi ekonomi akibat pandemi Covid-19 yang mengakibatkan rendahnya daya beli masyarakat di sepanjang tahun 2020. Kondisi ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 6.1. Pengeluaran konsumsi RT berdasarkan atas harga kontan (ADHK 2010)

Rendahnya konsumsi rumah tangga sepanjang 2020 yang mengakibatkan banyak UMKM dan IKM di Kota Surakarta akan mengalami kesulitan menjual produk dan jasa mereka ke konsumen. Mayoritas penduduk akan mengurangi belanja sekunder dan tersier untuk tetap mempertahankan daya beli kebutuhan primer. Dampak langsung yang dirasakan dari melemahnya pertumbuhan ekonomi (PDRB) selain melemahnya daya beli, dalam jangka menengah adalah jumlah penduduk miskin kota yang cenderung meningkat. Di Surakarta, persentase penduduk miskin tahun 2020 meningkat menjadi 9,03% dari angka 8,7% pada tahun sebelumnya. Kota Surakarta masih memiliki proporsi penduduk miskin yang terbesar kedua jika dibandingkan dengan kota-kota lain di Jawa Tengah.

Implikasi hasil kajian ini adalah usulan kebijakan untuk mengatasi penduduk miskin. Salah satu strategi yang penting dalam mengentaskan kemiskinan adalah membuat **peta sebaran penduduk miskin** dan mencoba mengembangkan potensi ekonomi atau upaya-upaya nyata yang benar-benar dapat memacu peningkatan pendapatan penduduk di kantong-kantong kemiskinan tersebut. Secara teori, pertumbuhan ekonomi di kantong kemiskinan relatif lebih lambat dari wilayah lain, maka sebaiknya pemerintah fokus pada daerah tersebut. Upaya nyata ini dapat berupa peningkatan peranan ekonomi (*scale-up*) dari usaha mikro, kecil dan menengah yang sudah ada di masyarakat

kawasan miskin. Upaya *scale-up* dapat melalui peningkatan keterampilan, pemberian modal usaha berupa mesin/peralatan dan penguatan organisasi bisnis yang di kawasan kemiskinan.

Dampak berikutnya yang perlu diperhatikan dari melemahnya pertumbuhan adalah penurunan penyerapan tenaga kerja. Hal ini terbukti di Kota Surakarta terjadi peningkatan pengangguran terbuka dari 4,18% tahun 2019 menjadi 7,92% di tahun 2020. Peningkatan hampir dua kali lipat ini membawa konsekuensi potensi keresahan di masyarakat karena konsekuensi langsungnya berupa penurunan pendapatan per kapita, yang dikhawatirkan jika tidak cepat ditangani dapat meningkatkan gejala permasalahan sosial (peningkatan kejahatan, stress di masyarakat dan memudahkan terjadi konflik sosial), menurunnya produktivitas tenaga kerja dan akhirnya menurunnya penerimaan pajak. Untuk mengatasi peningkatan pengangguran terbuka ini Pemerintah Kota Surakarta dapat memperbanyak peserta yang aktif di kelas-kelas inkubator bisnis seperti STP, inkubator UNS dan lembaga pendidikan tinggi di Surakarta. Di samping itu bagi penduduk yang tidak memiliki jiwa kewirausahaan, perlu dibuka lebih banyak kelas-kelas pelatihan skill teknis yang dapat memberi bekal para pencari kerja dari penduduk kota Surakarta.

VI.2. IMPLIKASI POTENSI DARI PARA PELAKU USAHA (UMKM/IKM)

Hasil survei dampak pandemi covid 19 terhadap kegiatan bisnis dari pelaku usaha di Kota Surakarta, diperoleh data yang menarik. Dari hasil survei 214 pelaku usaha terdapat 34,11% yang menggunakan unsur seni dan budaya. Unsur budaya tersebut antara lain:

- Unsur budaya berupa desain grafis atau motif batik ini banyak dihasilkan oleh pelaku usaha antara lain industri batik (tulis dan cap), tas/dompot dan produk souvenir dari perca batik, kerajinan blangkon dan ikat kepala, dan dekorasi.
- Unsur budaya pada makanan tradisional seperti antara lain nasi gudeg, soto, masakan bakmi jawa, rambak, abon, nasi intip, lendre pisang raja, jamu herbal, gado-gado dan es pisang ijo.
- Unsur budaya pada produk yang mengandung anyaman atau ukir berupa mebel kayu, almari, meja, kursi dan perabotan rumah tangga terbuat dari kayu, pigura kayu dan kaca, dan sangkar burung.
- Unsur budaya berupa tulisan atau cerita ada pada usaha ini berupa tour operator, paket wisata, atau jasa perjalanan wisata.

Implikasi hasil survei ini adalah perlu ada upaya konkrit dari pemerintah daerah untuk lebih fokus meningkatkan peranan budaya ini menjadi sumber inspirasi untuk merancang desain motif, gambar dan desain produk kerajinan oleh IKM di Surakarta. Budaya ini bisa menjadi faktor pembeda atau *custom culture* yang sangat cocok bagi IKM dengan kemampuan produksi custom banyak ragam produk dan bukan produksi massal.

Potensi lain yang diperoleh dari hasil survei ini adalah terdapat 53,7% atau 115 pelaku usaha yang menggunakan atau pernah menggunakan media online (sosial media, *marketplace*, atau web-bisnis) untuk mempromosikan dan memasarkan produknya. Dari 115 pelaku usaha ini, ada sebagian pelaku yang sudah tidak aktif lagi menggunakan media *online* karena tidak memiliki waktu yang cukup untuk fokus dalam melayani pemasaran online atau tidak memiliki tenaga kerja terampil yang dapat menangani admin ecommerce. Subsektor yang banyak menggunakan media online adalah subsektor pariwisata (*tour and travel*, paket wisata, rental mobil, dan *adventure provider*) sebanyak hampir 68,1 % sudah menggunakan media online. Subsektor kedua adalah batik, fashion, konveksi, dan produk dari bahan tekstil, sebanyak 33 pelaku usaha atau 67% pelaku menggunakan media online untuk promosi dan berjualan. Dan subsektor ketiga adalah UMKM kuliner dan industri makanan minuman, sebanyak 58,4% pelaku usaha menggunakan media pemasaran online. Dari hasil survei ini adalah meskipun ketiga subsektor ini sudah menggunakan berbagai bentuk bisnis online, tetapi karena kondisi pandemi covid 19 dan daya beli masyarakat yang turun maka penjualan baik *offline* maupun *online* juga mengalami penurunan permintaan.

Untuk mengetahui kondisi riil yang lebih dalam, pada penelitian ini juga dilakukan wawancara terbuka terhadap tiga pengrajin yang mencoba menjalankan bisnis melalui sosial media dan satu pedagang produk fashion memanfaatkan sosial media, web-bisnis dan asosiasi bisnis. Tujuan wawancara ini adalah untuk memastikan apa yang terjadi pada industri kecil (IKM) dan pedagang yang menjalankan bisnis melalui online. Ketiga pengusaha (pemilik usaha) menyatakan :

- Saat ini pasar yang terbesar masih bisa diharapkan mendapatkan order adalah melalui penjualan *online*. Proporsi pasar *online* antara 70%-90%. Sedangkan pasar *offline* hanya mengandalkan pelanggan (pengecer/reseller) lama yang memang secara rutin melakukan order produk meskipun jumlahnya menurun drastis.

- Khusus yang terjadi pada IKM, selain pergeseran model penjualan dari konvensional ke *online*, juga terjadi pergeseran model bisnis dari *make to stock* (membuat untuk di pajang di etalase toko). Saat ini banyak IKM melakukan produksi ketika ada pesanan produk (*make to order*) dari pelanggan baru atau para pelanggan lama (*reseller/dropshipper/pengecer*). IKM umumnya telah menyediakan beberapa gambar produk yang siap diproduksi dengan cepat (1-3 hari produksi sampai pengiriman) atau menerima custom produk (3-5 hari) tanpa ada pembatasan minimal order dengan harga yang bersaing.

Implikasi dari hasil ini, pemerintah daerah perlu menyiapkan berbagai program bagi UMKM/ IKM agar bisa beradaptasi pada model pemasaran e-commerce dan berinovasi dalam proses produksi agar mampu melayani custom produk secara cepat dengan pelayanan memuaskan, sehingga UMKM/ IKM dapat mengikuti perkembangan pola pemasaran baru.

Persaingan saat ini yang dirasakan oleh IKM adalah selain kualitas produk (kekuatan produk dan desain yang menarik) juga ditentukan dengan kecepatan, harga dan pelayanan yang baik menjadi faktor kunci. Terkait dengan kecepatan, IKM dapat menerapkan strategi kolaborasi dengan aktor kunci dalam *value chain* lain seperti juru gambar. Juru gambar lepas (hampir mirip dengan desainer) adalah orang yang memiliki kemampuan menerjemahkan keinginan pelanggan (gambar/foto/sketsa kasar) menjadi satu gambar produk dan menerjemahkan menjadi pola mal produk tas, upper sepatu, dompet, atau baju. Juru gambar ini bekerja secara lepas dan profesional, melayani beberapa IKM yang membutuhkan jasanya. Pada saat ini penjualan *online* dengan produk-produk *custom* atau eksklusif sangat membutuhkan jasa juru gambar ini. IKM yang mampu memberikan pelayanan order *custom* dalam waktu cepat kurang dari 5 hari pada umumnya memiliki hubungan baik dengan beberapa juru gambar yang handal.

Problem yang dirasakan selama PPKM berlangsung ada sebagian aksesoris produk tidak tersedia di pasar. Sering kali IKM menolak sebagian order produk bukan karena kekurangan bahan utama atau tenaga kerja tidak ada tetapi lebih banyak karena kelangkaan beberapa aksesoris di pasar. Kelangkaan ini disebabkan aksesoris tidak ada di toko penjual aksesoris karena produsen yang memproduksi tutup sementara, atau ketika produsen sudah buka pedagang sulit mengadakan karena terhambat adanya aturan produsen terkait jumlah minimum order.

Untuk pemasaran melalui sosial media atau web-bisnis (*e-commerce*) kendala utama dirasakan produsen adalah minimnya kemampuan tim kreatif dalam menciptakan konten-konten yang harus disediakan IKM untuk digunakan oleh para reseller atau pengecer. Kemampuan yang dirasakan kurang antara lain kemampuan mengambil foto dengan sudut tertentu sehingga membuat produk menjadi menarik, kemampuan editing video dan ketersediaan *back-sound* yang gratis.

Implikasi dari masalah ini, diharapkan pemerintah daerah dapat berperan lebih aktif dalam mengatasi berbagai masalah pembuatan konten dalam *e-commerce*. Usulan solusi ini antara lain:

- Dinas Pariwisata melakukan pendataan ke SMA/Perguruan tinggi di Surakarta terkait ada tidaknya unit kegiatan siswa /mahasiswa (UKS/UKM) fotografi. Sementara itu dinas UMKM-koperasi, Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian dan Dinas Perdagangan mengumpulkan UMKM dan IKM yang sudah memiliki *website* tetapi belum memiliki tim kreatif yang handal untuk membuat konten di sosial media maupun web-bisnis atau *market place*. Selanjutnya keempat dinas ini sepakat membuat jadwal /event yang regular (seminggu sekali) di lokasi yang sudah disepakati (*café / hotel yang memiliki background menarik / instagramable*) untuk mengadakan sesi pengambilan gambar produk IKM/ UMKM yang dilakukan oleh perwakilan UKS dan UKM yang sudah didata. Selanjutnya foto dan video produk tersebut dilakukan editing oleh anggota UKS / UKM, menjadi produk yang layak tayang. Selanjutnya sesi penilaian konten foto & video produk. Jika ada konten yang menarik akan diberikan kompensasi dengan nilai pantas sebagai foto /video amatir.
- Dinas Pariwisata juga bisa bekerja sama dengan sanggar musik untuk menghasilkan beberapa *backsound* yang menarik sebagai latar belakang sebuah video profil produk IKM/UMKM. Lagu-lagu *backsound* ini akan menjadi koleksi lagu oleh dinas yang bisa digunakan oleh IKM/UMKM di lingkungan Kota Surakarta
- Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian bekerja sama dengan Solo Technopark untuk menyediakan satu ruang studio foto dan video produk. Agar dapat dimanfaatkan dengan murah oleh IKM/UMKM untuk mengambil gambar dan membuat konten foto/ video produk.

VI.3. IMPLIKASI DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP PENURUNAN OMZET PENJUALAN

Dari hasil survei, tercatat 49% responden menyatakan terjadi penurunan omzet antara 50%-75%. Sedangkan pelaku usaha lainnya sebanyak 37,57% menyatakan penurunan omzet antara 76%-90%. Jika kedua kelompok ini digabung artinya 86,6 % pelaku usaha yang disurvei mengalami penurunan omzet yang sangat besar (di atas 50%). Dari hasil kajian analisis sebelumnya, penurunan omzet penjualan diduga ada dua penyebab, yakni : tren kebutuhan produk non esensial (makanan dan produk kesehatan) selama pandemi menurun akibat melemahnya daya beli di masyarakat, dan pola pergeseran belanja selama pandemi ini berubah dari pasar konvensional menuju ke pasar digital atau ketika para pelaku usaha terjun di dunia digital ternyata mereka belum siap untuk bersaing dalam bisnis *online*.

Hal ini diperkuat dengan fakta kendala yang dihadapi pengusaha dalam menggunakan media dalam pemasaran online. Faktanya, sebanyak 17,54 % pelaku usaha menyatakan tidak memiliki tenaga terampil dalam mengelola *e-commerce* dan 14 % menyatakan keterbatasan akses penjualan (artinya para pemilik media pemasaran online ini gagal menarik *traffic* atau pengunjung pasar atau pengguna internet untuk mampir ke lapak yang dimiliki (sosial media, *marketplace* atau web-bisnis).

Implikasi kondisi ini adalah pemerintah daerah diharapkan terus mendorong pelaku usaha meningkatkan kemampuan pengelolaan (admin) *e-commerce* melalui pelatihan dan pendampingan. Begitu juga pemerintah daerah dapat menyediakan kebutuhan pembuatan konten yang menarik seperti *backsound*, *background* produk dan menyediakan talenta-talenta muda (anak-anak muda kreatif) untuk membantu para IKM membuat konten produk dan promosi paket pemasaran yang menarik dan kreatif. Pemerintah Kota jika perlu bekerja sama dengan beberapa influencer dan youtuber di Kota Surakarta untuk memasarkan produk UMKM / IKM di pasar nasional.

V.4 IMPLIKASI DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP KESULITAN OPERASIONAL LAIN SELAIN PEMASARAN

Selain pemasaran yang turun, para pelaku usaha dihadapkan dengan masalah lain yang cukup berat dihadapi para pelaku usaha adalah masalah bahan baku selama masa pandemi Covid 19. Dari 214 responden yang menjawab kuesioner, 42% responden menyatakan kesulitan utama adalah kenaikan harga bahan baku dan 9% responden menyatakan akses bahan baku yang berkualitas juga semakin sulit diperoleh dan jika bahan baku ada, harganya juga sudah mahal. Kondisi ini salah satunya adalah dikarenakan karantina wilayah secara parsial dan melakukan pembatasan kegiatan non esensial (penutupan sebagian industri bahan baku industri). Berdasarkan perbandingan harga beberapa komoditas pokok pangan dari laporan BPS, dari tahun 2018, 2019 dan 2020, terjadi beberapa kenaikan untuk beberapa komoditas antara lain: bahan kebutuhan untuk industri makanan, industri tekstil / konveksi, dan industri aneka lainnya. Implikasinya tren perubahan perdagangan komoditas pangan dan gangguan logistik bahan baku industri sudah dapat diprediksi sebelumnya dengan diberlakukan PPKM. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengoptimalkan potensi industri dan sektor lain dengan memperbaiki sistem logistik bahan baku di Surakarta.

Untuk mengatasi kesulitan, sebagian pelaku usaha telah merasakan berbagai kebijakan pemerintah, khususnya bantuan modal usaha sebanyak 21,03%, relaksasi (penundaan) pembayaran pinjaman kredit perbankan sebanyak 18,69% , kemudahan administrasi pengajuan pinjaman sebanyak 12,62%, penundaan pembayaran pajak 11,21% dan keringanan pembayaran tagihan listrik untuk usaha sebanyak 8.41%. Tetapi jika dilihat persentase yang menerima maka masih banyak para pelaku ini yang belum menerima bantuan. Implikasi dari kondisi ini maka pemerintah daerah perlu melakukan update data umkm/ IKM yang berhak menerima karena terkena dampak dengan mengikut sertakan pengurus RT&RW, asosiasi dan perlu adanya peningkatan peranan masyarakat (tokoh masyarakat/ ulama) di sekitar lingkungan tempat usaha untuk diajak untuk ikut mengawasi penyaluran bantuan ini.

BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

VII. 1. KESIMPULAN

Sesuai dengan tujuan kajian money PEL ini, untuk mendapatkan informasi dampak Covid-19 terhadap pelaku usaha. Informasi ini penting dalam rangka memberikan dukungan bagi pelaksanaan PEL untuk memulihkan ekonomi daerah. Dan memudahkan pemangku kepentingan mendapatkan umpan balik kegiatan program yang dapat diberikan kepada pelaku usaha yang terkena dampak. Untuk memenuhi tujuan ini berikut ini hasil dari kajian PEL tahun 2021 terhadap kondisi ekonomi dan kondisi usaha dari para pelaku usaha di Kota Surakarta.

1. Penurunan nilai pertumbuhan PDRB kota surakarta menyebabkan sejumlah sektor ekonomi mengalami pertumbuhan negatif di tahun 2020. Tiga sektor yang paling mengalami dampak adalah subsektor transportasi dan pergudangan sebesar, akomodasi dan makanan dan minuman dan sektor perdagangan dan pengecer termasuk dealer mobil & motor tumbuh. Ketiga sektor ini mengalami kontraksi karena adanya kebijakan pembatasan pergerakan, penutupan tempat usaha non-esensial selama masa PPKM level empat.
2. Perlambatan pertumbuhan PDRB bahkan sebagian sektor minus (kontraksi) tahun 2020 mengakibatkan terjadi penurunan pendapatan riil penduduk Kota Surakarta dan berdampak langsung pada melemahnya kemampuan daya beli masyarakat. Menurunnya kemampuan daya beli ini dapat ditunjukkan dengan pertumbuhan yang rendah (0,14%) pada konsumsi rumah tangga.
3. Penurunan daya beli dan rendahnya konsumsi rumah tangga sepanjang 2020 memberikan efek langsung pada penurunan omzet penjualan dari UMKM dan IKM di Kota Surakarta. Hal ini dikarenakan dengan keterbatasan pendapatan, maka penduduk akan memprioritaskan belanja kebutuhan primer dan mengurangi belanja sekunder dan tersier (termasuk hiburan). kondisi ini juga secara tidak langsung berdampak pada persentase penduduk miskin yang meningkat menjadi 9,03% di tahun 2020.

4. Dampak penurunan pertumbuhan PDRB berikutnya adalah penurunan penyerapan tenaga kerja, dimana . Kota Surakarta terjadi peningkatan pengangguran terbuka hampir dua kali lipat dari 4,18% tahun 2019 menjadi 7,92% di tahun 2020. Kondisi ini harus secepatnya diambil tindakan agar tidak menimbulkan potensi keresahan, penurunan produktivitas tenaga kerja dan akhirnya menurunnya penerimaan pajak.
5. Hasil survei pada kegiatan pelaku usaha di Kota surakarta mendapati adanya 34,11% responden menyatakan adanya unsur budaya dalam produk dan jasa yang ditawarkan ke pelanggan. Unsur budaya ini berupa desain grafis atau motif batik, makanan tradisional, produk ukiran dan ayaman dan produk/jasa yang mengandung tulisan atau cerita.
6. Dari hasil survei sebagian pelaku usaha di Kota Surakarta sudah mengenal dan mencoba menggunakan media online sebagai salah satu media promosi dan penjualan. Tetapi setelah mencoba dan merasakan berat/ tidak bisa mengikuti proses bisnis yang ada. Ada sebagian pelaku usaha tidak aktif dalam pemasaran online dengan berbagai alasan tidak memiliki tenaga kerja terampil yang dapat menangani admin ecommerce, tidak memiliki waktu yang cukup untuk fokus dalam melayani pemasaran online. Setelah dilakukan pendalaman banyak IKM yang tidak cocok karena pola model bisnis berubah dari make to stock menjadi make to order dengan jumlah order yang tidak banyak (satuan). Tetapi harga jual produk order tidak bisa dipatok jauh lebih mahal dari pada produk yang dipajang di toko offliner. Pola perubahan produksi ini membawa dampak pada strategi sumber daya manusia, dimana kebutuhan tenaga kreatif untuk desain produk mutlak dibutuhkan, tenaga admin ecommerce yang terampil mengelola penawaran, order, penjualan dan pengiriman barang dalam waktu yang relatif singkat.
7. Dari hasil survei juga diperoleh masalah lain selain pemasaran berupa masalah bahan baku industri dan kuliner yang banyak mengalami kenaikan karena dampak covid 19 yang menyebabkan adanya pembatasan wilayah dan pembatasan jumlah pekerja di pabrik-pabrik menghasilkan bahan baku seperti bahan baku makanan dan tekstil
8. Dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi pelaku usaha, pemerintah telah memberikan berbagai jenis bantuan. Tetapi dari hasil survei diperoleh persentase yang menerima maka masih banyak (rata-rata di atas 80%) pelaku ini yang belum menerima bantuan berbagai jenis bantuan yang disediakan pemerintah. Implikasi dari kondisi ini maka pemerintah daerah perlu melakukan update data umkm/ IKM yang berhak menerima karena terkena

dampak dengan mengikut sertakan pengurus RT&RW, asosiasi dan perlu adanya peningkatan peranan masyarakat (tokoh masyarakat/ ulama) di sekitar lingkungan tempat usaha untuk diajak untuk ikut mengawasi penyaluran bantuan ini

VII.2 REKOMENDASI

Bentuk rekomendasi yang dapat dilakukan antara lain

1. Untuk mengatasi peningkatan kemiskinan kota, pemerintah daerah dapat membuat peta sebaran penduduk miskin dan mencoba upaya-upaya nyata yang dapat peningkatan pendapatan penduduk di kawasan miskin tersebut. Upaya nyata ini dapat berupa peningkatan peranan ekonomi (scale-up) dari usaha mikro, kecil dan menengah yang sudah ada di masyarakat kawasan miskin. Upaya scale-up dapat melalui peningkatan keterampilan, pemberian modal usaha berupa mesin/peralatan dan penguatan organisasi bisnis yang di kawasan kemiskinan.
2. Untuk mengatasi peningkatan pengangguran terbuka ini Pemerintah Kota Surakarta dapat memperbanyak peserta yang aktif di kelas-kelas inkubator bisnis seperti STP, inkubator UNS dan lembaga pendidikan tinggi di Surakarta. Dan membuka lebih banyak kelas-kelas pelatihan skill teknis yang dapat memberi bekal para pencari kerja dari penduduk kota Surakarta
3. Implikasi hasil survei terkait adanya unsur budaya dalam produk dan jasa yang dihasilkan pelaku usaha, maka mendorong semua pihak termasuk pemerintah daerah untuk terus mengkapanyekan dan mengangkat unsur budaya ini sebagai faktor pembeda produk solo dengan daerah lain. Atau dapat dituangkan ke dalam produk-produk custom culture yang sangat cocok bagi IKM dengan kemampuan produksi custom banyak ragam produk dan bukan produksi massal.
4. Untuk membantu tim kreatif dari UMKM / IKM dalam membuat konten, maka pemerintah daerah melalui dinas pariwisata dan dinas pendidikan mengadakan satu event regular /rutin pengambilan foto produk yang dihasilkan UMKM / IKM sehingga menghasilkan gambar konten yang menarik. Kedua dinas ini juga dapat menyediakan backsound yang gratis bekerjasama dengan sanggar musik. Backsound ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membuat konten video / gambar profil produk / jasa.

