

## Local Economic Development and Social Entrepreneurship After the Covid-19 Pandemic (Case: UMKM Cihil Food, Cihideung Ilir Village, Dramaga, Bogor Regency)

Siti Arneidha Naimah Marasabessy<sup>1\*</sup>, Afiya Hashina Muhamnu<sup>2</sup>, Tri Budiarto<sup>3</sup>

Institut Pertanian Bogor

**Corresponding Author:** Siti Arneidha Naimah Marasabessy

[arneidha15siti@apps.ipb.ac.id](mailto:arneidha15siti@apps.ipb.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* UMKM, Local Economy, Social Entrepreneurship, Covid-19

*Received :* 20 March

*Revised :* 20 April

*Accepted:* 10 May

©2023 Marasabessy, Muhamnu, Budiarto: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

The activities of the UMKM sector during the Covid-19 pandemic were hampered and triggered the emergence of various problems that led to business bankruptcy. This study aims to analyze the dynamics of the local economy and the stages of social entrepreneurship pursued by Cihil Food UMKM in developing their post-pandemic business in terms of an analysis of the potential and problems that these UMKM have. The research was conducted in Cihideung Ilir Village, Ciampea District, Bogor Regency which took place from February 2023 to May 2023. The data collection method used a qualitative approach through the stages of observation, documentation and in-depth interviews with informants who were processed through qualitative analysis. The results showed that the development efforts carried out by researchers on Cihil Food UMKM opened opportunities for UMKM to adapt to post Covid-19 conditions through the creativity and skills of each member.

## Pengembangan Ekonomi Lokal dan Kewirausahaan Sosial Pasca Pandemi Covid-19 (Kasus: UMKM Cihil Food, Desa Cihideung Iilir, Dramaga, Kabupaten Bogor)

Siti Arneidha Naimah Marasabessy<sup>1\*</sup>, Afiya Hashina Muhamnu<sup>2</sup>, Tri Budiarto<sup>3</sup>

Institut Pertanian Bogor

**Corresponding Author:** Siti Arneidha Naimah Marasabessy

[arneidha15siti@apps.ipb.ac.id](mailto:arneidha15siti@apps.ipb.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* UMKM, Ekonomi Lokal, Kewirausahaan Sosial, Covid-19

*Received :* 20 Maret

*Revised :* 20 April

*Accepted:* 10 Mei

©2023 Marasabessy, Muhamnu, Budiarto: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Aktivitas sektor UMKM selama masa pandemi Covid-19 menjadi terhambat dan memicu munculnya beragam permasalahan yang berujung pada kebangkrutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika ekonomi lokal dan tahapan kewirausahaan sosial yang diupayakan oleh UMKM Cihil Food dalam mengembangkan usahanya pasca pandemi ditinjau dari analisis potensi dan masalah yang dimiliki UMKM tersebut. Penelitian dilakukan di Desa Cihideung Iilir, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor yang berlangsung sejak Februari 2023 hingga Mei 2023. Metode pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif melalui tahap observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam terhadap informan yang diolah melalui analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pengembangan yang dilakukan peneliti terhadap UMKM Cihil Food membuka kesempatan bagi UMKM untuk beradaptasi dengan kondisi pasca Covid-19 melalui kreativitas dan keterampilan setiap anggotanya.

## PENDAHULUAN

Covid-19 merupakan suatu penyakit yang disebabkan oleh virus corona dan tersebar sampai lingkup global. Terjadinya pandemi Covid-19 membuat seluruh masyarakat hingga pemerintah berusaha untuk mengatasi Covid-19 dengan cara melakukan pembatasan sosial, mengurangi kerumunan, bekerja/sekolah di rumah, memakai masker, dan lain-lain. Keadaan pandemi Covid-19 membuat sebagian masyarakat cenderung lebih memperhatikan kesehatan dirinya dan keluarganya karena dampak yang ditimbulkan dari virus tersebut. Hal ini membuat segala sektor di lingkup nasional mengalami hambatan dan penurunan dikarenakan pemerintah melakukan segala upaya untuk mengendalikan penyebaran Covid-19, seperti *lockdown* (penutupan akses masuk dan keluar) di wilayah tertentu. Sektor ekonomi merupakan sektor yang paling terancam karena terhambatnya mobilitas masyarakat terhenti. Adapun yang termasuk sektor ekonomi, yaitu industri pariwisata, maskapai penerbangan, industri manufaktur, dan UMKM.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, dan badan usaha kecil. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3 menjelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi nasional ekonomi yang berkeadilan. Dengan terjadi pandemi Covid-19 membuat perekonomian nasional dan global mengalami penurunan. Adapun penurunan yang terjadi pada skala nasional pada tahun 2020 dengan pertumbuhan ekonomi mencapai -5,3%. Hal ini disebabkan karena penurunan konsumsi rumah tangga akibat pembatasan sosial. Melalui hal ini para UMKM terkena imbasnya mulai dari yang menutup penjualannya hingga para pekerja yang terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), dan lain-lain.

Pengaruh UMKM pada perekonomian nasional sangat berpengaruh karena dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Menurut Thaha dalam Sutrisno (2021), mengatakan bahwa kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia, yaitu (1) pada tahun 2018 jumlah unit usaha di Indonesia sebanyak 64,2 juta dengan jumlah unit usaha UMKM sebesar 64,1 juta; (2) kontribusi pada jumlah tenaga kerja di Indonesia 120,6 juta orang di tahun 2018 dengan jumlah tenaga kerja di UMKM sebesar 116,9 juta; (3) kontribusi pada PDB dunia usaha di Indonesia sebesar 14.038.408 miliar dengan kontribusi UMKM sebesar 8.573.895; (4) kontribusi terhadap ekspor non migas Indonesia tahun sebanyak 2.044.490 miliar dengan kontribusi UMKM sebesar 293.840 miliar; (5) kontribusi terhadap investasi di Indonesia tahun 2018 total 4.244.685 milyar dengan kontribusi UMKM sebesar 2.564.549 miliar. Untuk itu, dengan terjadinya pandemi Covid-19 membuat perekonomian mengalami penurunan. Mengutip dari publikasi Kementerian Keuangan, kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48 persen UMKM mengalami masalah bahan baku, 77

persen pendapatannya menurun, 88 persen UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97 persen UMKM mengalami penurunan nilai aset. Kondisi ini membutuhkan strategi yang efektif untuk bisa kembali pada kondisi yang stabil. Adapun strategi yang dapat dilakukan untuk memulihkan UMKM di masa pandemi Covid-19 (1) pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM yang miskin dan rentan; (2) insentif pajak bagi UMKM; (3) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (4) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (4) menempatkan Kementerian, BUMN, dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM, (5) pelatihan secara *e-learning* (Sugiri, 2020).

Menurut Nurmala (2022), salah satu jenis UMKM yang tidak akan hilang sampai kapanpun adalah usaha kuliner. Saat ini, usaha kuliner banyak diminati masyarakat sehingga akan semakin kompetitif karena jumlahnya yang cukup banyak. Dalam hal ini diperlukan kreativitas dan keunikan masing-masing untuk setiap usaha agar memiliki ciri khas produk. Cihil Food merupakan salah satu produk usaha kuliner yang memiliki keunikan tersendiri, yaitu menggunakan bahan dasar dari ikan lele dan ubi ungu. Adapun alasan Cihil Food terbentuk diawali dengan inisiatif para ibu rumah tangga karena memerlukan biaya tambahan untuk keperluan rumah tangga dan perekonomian keluarga. Cihil Food merupakan salah satu UMKM dari Desa Cihideung Ilir sehingga dinamai sebagai Cihil Food yang artinya Cihideung Ilir Food. Desa Cihideung Ilir merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Luas wilayah berkisar 178 Ha. Mayoritas masyarakat di Desa Cihideung Ilir berprofesi sebagai buruh, petani, pedagang, PNS/TNI/Polri, dan sopir angkot.

Adapun tujuan dari penulisan ini untuk menganalisis dinamika ekonomi lokal dan tahapan kewirausahaan sosial yang diupayakan oleh UMKM Cihil Food dalam mengembangkan usahanya pasca pandemi ditinjau dari analisis potensi dan masalah yang dimiliki UMKM tersebut.

## TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Bradley & Bradshaw (1994) dalam Susanti *et al.* (2013), Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses sinergitas antara pemerintah lokal dan organisasi masyarakat terlibat dalam mendorong, merangsang, memelihara aktivitas usaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal. Ekonomi lokal tumbuh di suatu area geografis tertentu yang dikembangkan oleh masyarakat lokal (*local community*) itu sendiri dengan skala yang kecil serta diorganisasikan serta ditransformasikan dengan dasar potensi-potensinya menjadi penggerak bagi pembangunan lokal. Munir (2007) mengemukakan bahwa Pengembangan ekonomi lokal (PEL) merupakan serangkaian proses yang mencoba merumuskan kelembagaan-kelembagaan pembangunan daerah, peningkatan keterampilan SDM dalam menciptakan produk-produk yang lebih baik serta pembinaan industri dan kegiatan usaha pada skala lokal. Sedangkan *International Labour Organization* (ILO) mengatakan bahwa PEL adalah proses partisipatif yang mendorong kemitraan antara dunia usaha dan pemerintah dan masyarakat pada wilayah tertentu, yang

memungkinkan kerjasama dalam perancangan dan pelaksanaan strategi pembangunan secara umum, dengan menggunakan sumber daya lokal dan keuntungan kompetitif dalam konteks global, dengan tujuan akhir menciptakan lapangan pekerjaan yang layak dan merangsang kegiatan ekonomi.

Blakely (1987) menyebutkan beberapa kriteria ekonomi lokal, yaitu: (1) bahan baku dan sumberdaya lokal; (2) dapat digerakan oleh penduduk lokal sesuai kemampuan SDM penduduk lokal; (3) pengusaha dan tenaga kerja dominan adalah penduduk lokal; (4) melibatkan sebagian besar penduduk lokal; (5) skala pelayanan kecil ditunjukkan oleh jumlah investasi dan jumlah tenaga kerja; (6) terdapat organisasi atau kelompok kegiatan ekonomi; (7) terdapat keterkaitan dengan kegiatan ekonomi lain; dan (8) memunculkan pengusaha-pengusaha baru. Selain itu, sebagai tantangan bagi perekonomian lokal ke depannya, Sajogyo (1990) menguraikan tahapan perkembangan ekonomi lokal yang disebut sebagai dinamika ekonomi lokal, yaitu tahap pertama adalah *survival* (bertahan), dimana tahap ini dilakukan saat memulai usaha dengan tujuan *safety first* atau mencari aman. Situasinya penuh dengan *shock* (jangka pendek) ataupun krisis (jangka panjang) serta keadaan usaha masih sangat rapuh. Tahap kedua adalah konsolidasi, yaitu tahap setelah usaha mulai mapan dan kepastian pasar sudah terbangun. Pada tahap ini jejaring mulai terbentuk dan menghasilkan manfaat. Situasi usaha juga mulai stabil dan krisis mulai dapat diatasi. Tahap terakhir adalah akumulasi, dimana pelaku usaha memiliki kemampuan menabung dari hasil usahanya. Pengembangan unit-unit usahanya semakin beragam, tidak hanya berfokus pada satu jenis usaha saja. Dengan kata lain, pelaku usaha mulai melakukan ekspansi bisnis usaha.

Sementara itu, Haryanti *et al.* (2016) mengatakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan pendekatan bisnis atau usaha yang digunakan untuk mencapai visi dalam menyelesaikan masalah sosial serta membangun solusi atas permasalahan sosial secara mandiri dan berkelanjutan melalui pengamalan prinsip-prinsip bisnis. Sehingga kewirausahaan sosial adalah tentang proses bagaimana menerapkan pendekatan yang praktis, inovatif, dan berkelanjutan untuk mencapai visi yang memberikan dampak positif pada masyarakat, khususnya masyarakat kelas ekonomi bawah dan yang terpinggirkan. Palesangi (2012) mengemukakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan salah satu solusi untuk mengatasi masalah sosial seperti pengangguran, kemiskinan, dan berbagai kerusakan lingkungan. Mengutip dari Palesangi (2012), dalam pelaksanaannya, kewirausahaan sosial memiliki beberapa elemen utama, diantaranya yaitu: (1) *social value* atau nilai sosial, kewirausahaan sosial sejatinya dapat menciptakan manfaat sosial secara nyata bagi masyarakat umum dan lingkungan sekitarnya; (2) *civil society*, yang merupakan inisiatif dan terlibatnya masyarakat sipil dalam mengoptimalkan modal sosial yang ada di masyarakat; (3) *innovation*, yaitu memecahkan permasalahan sosial dengan cara-cara yang inovatif seperti memadukan kearifan lokal dan inovasi sosial, serta; (4) *economic activity* yang mengembangkan aktivitas bisnis atau ekonomi untuk menjamin kemandirian dan keberlanjutan misi sosial dari organisasi.

Berdasarkan teori oleh Lumpkin *et al.* (2013), kewirausahaan sosial memiliki beberapa proses dalam konteks sosial, yaitu: (1) *antecedents* yang berkaitan dengan identifikasi peluang sebagai upaya pemecahan masalah sosial dalam unit usaha yang menyertakan *stakeholders* dalam mendukung akses pendanaan yang memadai untuk membiayai produksi barang dan jasa; (2) *entrepreneurial orientation*, yaitu melibatkan beberapa aspek seperti inovasi, keproaktifan wirausahawan untuk mengantisipasi persaingan, pengambilan resiko, agresivitas kompetitif untuk mengungguli pesaing, dan otonomi; serta (3) *outcomes* untuk menciptakan nilai-nilai sosial, kepuasan *stakeholders* dan keberlanjutan kegiatan dan pelembagaan atas solusi perubahan sosial. Dengan kata lain, kewirausahaan sosial bertujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan atau memberikan kesempatan dalam mempelajari keterampilan tertentu bagi masyarakat, memberikan solusi yang dibutuhkan masyarakat dan belum tersedia, serta menghasilkan profit untuk mendukung keberlanjutan usaha sosial yang dijalankan (Sihombing & Hangga, 2016).

Menurut Sarfiah *et al.* (2019), kedudukan UMKM sebagai pembangun ekonomi nasional mampu menyerap banyak tenaga kerja. Pentingnya peranan UMKM tergambarkan dalam beberapa aspek, seperti: (1) sumbangannya terhadap PDB dan pertumbuhan ekonomi; (2) kontribusinya dalam menciptakan lapangan kerja; (3) kontribusinya terhadap peningkatan ekspor; (4) mengurangi angka kemiskinan; (5) berperan sebagai akselerator dalam menciptakan nilai tambah ekonomi lokal; (6) memaksimalkan efisiensi alokasi dan distribusi sumberdaya; serta (7) mampu mengurangi ketimpangan antar wilayah (Hartanto *et al.*, 2022). Sehingga, dengan berbagai keunggulannya, UMKM keterlibatan yang dinilai krusial untuk mendorong pembangunan ekonomi daerah yang berasal dari paradigma penguatan kewirausahaan berbasis kompetensi lokal (*local competence*) (Morina & Gashi, 2016).

Pada dasarnya, pembangunan ekonomi berbasis potensi daerah menitikberatkan pada penguatan kapasitas lembaga-lembaga ekonomi rakyat seperti UMKM dengan menciptakan sentra pembangunan produk unggulan daerah sesuai dengan kultur dan potensi yang ada di wilayah terkait (Wibawa & Yusnita, 2019). Namun, adanya pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk sektor UMKM. Mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan karena pandemi Covid-19. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usahanya seperti biasa. Kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar juga menjadi salah satu penghambat laju promosi yang berpengaruh kepada tingkat penjualan (Raharja & Natari, 2022). Banyaknya peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah semasa pandemi, seperti larangan untuk berkerumun dan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), telah membatasi aktivitas konsumen untuk membeli produk UMKM secara langsung (Raharja & Natari, 2022). Dengan demikian, UMKM harus memiliki cara agar dapat *survive* dengan kondisi yang tidak sama lagi.

## METODOLOGI

Penelitian berlokasi di Desa Cihideung Ilir, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor. Penelitian terhitung sejak bulan Februari 2023 hingga bulan April 2023. Penelitian dilakukan terhadap UMKM Cihil Food. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data primer melalui observasi, dokumentasi, serta wawancara mendalam kepada pelopor UMKM Cihil Food, yaitu Ibu Maryam, secara langsung serta didukung oleh data sekunder berupa studi literatur, yakni pengumpulan data dan informasi yang relevan dengan materi yang dibahas dari sumber-sumber kepustakaan, seperti jurnal, artikel ilmiah, dan sumber kredibel lainnya yang juga selaras dengan observasi yang dilakukan.

Teknik pengolahan data yang dilakukan adalah menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teratur dan efektif agar mudah dipahami. Terdapat beberapa tahapan dalam pengolahan data tersebut, diantaranya melalui tahap *editing* (pemeriksaan data), dimana dalam tahap *editing* ini terdapat proses pengecekan atau pengoreksian terhadap studi literatur yang dipakai. Selanjutnya adalah tahap *verifying* (verifikasi), yaitu dengan memeriksa kesesuaian data dan informasi yang didapatkan dengan studi literatur yang dipakai. Terakhir adalah tahap *conclusions* (kesimpulan), yakni tahap menyimpulkan informasi yang diperoleh hingga menjadi sebuah data mengenai analisis yang telah dilakukan. Data-data yang dikumpulkan mengenai potensi dan masalah yang dihadapi UMKM Cihideung Ilir dalam usaha pengembangan usahanya setelah masa pandemi Covid-19 yang ditinjau dari berbagai konsep dan teori.

## HASIL PENELITIAN

### *Gambaran Umum UMKM Cihil Food*

Cihil Food merupakan salah satu UMKM lokal yang berada di Desa Cihideung Ilir, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor dan telah berdiri sejak tahun 2015. Cihil Food memproduksi aneka produk makanan, seperti *cheese stick* dan kerupuk. Bahan baku utama dari pembuatan *cheese stick* dan kerupuk yang berbahan dasar ikan lele, serta kremes ubi (krubi) yang berbahan dasar dari ubi ungu. Berdirinya UMKM ini diawali dari tingginya potensi hasil budidaya ikan lele yang melimpah. Komoditas ikan lele di Desa Cihideung Ilir terbilang cukup banyak dan mudah didapatkan yang ditunjukkan dari banyaknya tempat pemancingan lele. Produksi ikan lele pada tahun 2020 di Kecamatan Ciampea mencapai 2.948 ton dan merupakan komoditas paling banyak diproduksi dibandingkan dengan komoditas ikan lainnya (BPS, 2021).

UMKM Cihil Food dipelopori oleh salah satu masyarakat lokal di sana, bernama Ibu Maryam. Cihil Food terbentuk berdasarkan motivasi dari ibu-ibu rumah tangga di Desa Cihideung Ilir yang ingin meningkatkan perekonomian keluarga untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya. Cihil Food yang beranggotakan 5 orang ini telah beberapa kali mengikuti pelatihan yang diadakan oleh KKP. Selain itu, dalam mengembangkan produknya, Cihil Food juga bekerja sama dengan salah satu dosen gizi dari Kampus IPB University,

terutama dalam menyusun komposisi atau kandungan dalam produknya agar menjadi produk yang tidak hanya memiliki cita rasa lezat, namun juga bernilai gizi tinggi. Berdasarkan data Daftar Komposisi Bahan Makanan (2017) yang dikutip Fitria *et al.* (2022) memaparkan bahwa ikan lele mengandung gizi yang baik terutama zat besi, folat dan protein yang bermanfaat untuk mencegah stunting. Dengan demikian, terciptalah produk *cheese stick* berbahan dasar ikan lele, yang di *branding* dengan nama Cihil Food.

#### *Potensi dan Masalah UMKM Cihil Food*

Cihil Food yang beranggotakan 5 orang adalah sekumpulan ibu rumah tangga yang terbilang cukup aktif di masyarakat, baik dalam kelompok tani atau UMKM saat ini sedang dikembangkan. Meski demikian, kemiskinan masih ada di Cihideung Ilir, salah satunya tercermin dari SDM dengan kualitas yang rendah, meskipun begitu mereka terbuka untuk belajar. Dalam hal ini, Cihil Food memiliki SDM yang kurang terampil dalam melakukan kegiatan promosi dan *packaging* produk. Ketidakhadiran pemuda dalam UMKM Cihil Food menjadi salah satu faktor yang membuat UMKM tersebut sulit berkembang. Para pemuda yang lebih pandai dalam mengikuti perkembangan teknologi digital seperti TIK, seharusnya dapat berperan untuk keberlangsungan UMKM agar tumbuh sesuai dengan perkembangan zaman.

Adanya dorongan sosial dari ibu-ibu rumah tangga di Desa Cihideung Ilir juga menjadi potensi UMKM Cihil Food untuk berkembang. Ibu-ibu di Desa Cihideung Ilir ingin memiliki kegiatan yang bermanfaat, tidak hanya sekedar kumpul-kumpul. Selain itu, sebelum pandemi Covid-19, UMKM Cihil Food pernah bekerja sama dengan beberapa mitra dari kampus IPB. Namun relasi tersebut terputus karena adanya kebijakan pemerintah untuk membatasi aktivitas di luar saat pandemi. Sehingga saat ini, Cihil Food berharap dapat menjalin kerjasama yang telah terputus tersebut.

Permasalahan lain datang dari ketersediaan sumberdaya alam di Desa Cihideung Ilir. Lahan pertanian di Cihideung Ilir sudah banyak beralih menjadi lahan pemukiman, meskipun masih ada yang bertahan sehingga tidak banyak masyarakat yang menggantungkan penghidupannya terhadap sumber daya alam. Oleh karena itu, Cihil Food memanfaatkan potensi komoditas ikan lele di Desa Cihideung Ilir yang melimpah sebagai peluang untuk mendirikan usaha. Ditambah lagi, Cihil Food mendapat bantuan kerjasama dari salah satu dosen gizi IPB untuk mengolah ikan lele menjadi makanan yang tidak hanya bergizi namun juga dapat dinikmati semua kalangan. Hanya saja, potensi ikan lele semakin hari semakin surut. Terbatasnya komoditas lele sebagai bahan baku produk saat ini mengharuskan Cihil Food mencari alternatif lain pengganti ikan lele atau memasok lele dari *supplier*.

Sejauh ini, UMKM Cihil Food juga belum mendapatkan bantuan dari pemerintah desa untuk ekonomi lokal yang ada di Cihideung Ilir. Di satu sisi, hal ini dapat berpotensi mewujudkan kemandirian dengan semangat yang masih dimiliki anggota UMKM. Dan semenjak pandemi Covid-19, Cihil Food belum memiliki target pemasukan yang konsisten dikarenakan menunggu pesanan yang masuk terlebih dahulu yang frekuensinya tidak menentu. Selain itu, tidak banyak sarana umum yang dapat digunakan masyarakat untuk kegiatan UMKM, sehingga kegiatan produksi hingga tahap pengemasan masih dilakukan di rumah salah satu anggota UMKM. Hal ini juga terkadang menyulitkan mereka karena bila sedang banyak pesanan, maka tempat produksi menjadi sesak sedangkan mereka tidak memiliki tempat lain untuk beraktivitas.

#### *Cihil Food sebagai Ekonomi Lokal dan Kewirausahaan Sosial*

Rendahnya produktivitas UMKM Cihil Food selama masa pandemi salah satunya akibat keterbatasan akses UMKM untuk beraktivitas. Hal ini menjadi ancaman untuk mematikan UMKM, sementara UMKM memiliki kontribusi besar dalam penyediaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat hingga pengembangan ekonomi lokal sebagai penyokong ekonomi nasional. Untuk menghadapi tantangan perekonomian di masa mendatang, UMKM Cihil Food perlu memperhatikan berbagai langkah penting dalam usaha pengembangan unit bisnisnya. Bila dilihat melalui sudut pandang Sajogyo (1990) mengenai dinamika ekonomi lokal, maka UMKM Cihil Food telah melalui beberapa tahapan.

Pertama adalah *tahap survival*. Di tahun 2015 Cihil Food mulai merintis usahanya dalam kondisi yang masih lemah. Pada masa awal ini, mereka masih berorientasi pada pemecahan masalah jangka pendek. Mereka belum fleksibel dalam menghadapi krisis dan berusaha untuk beradaptasi dengan persaingan pasar. Kedua adalah *tahap konsolidasi*, dimana Cihil Food sudah bisa menentukan segmentasi dan target pasar produknya dan mulai membangun jejaring kerjasama dengan berbagai pihak, seperti mitra dari kampus IPB, yaitu Agrianita IPB dan beberapa toko oleh-oleh untuk pemasaran produk. Mereka mulai bisa mengatasi masalah, seperti pada kondisi dimana komoditas lele yang semula diternak sendiri di belakang rumah Ibu Maryam, harus dipindahkan agar tidak menimbulkan bau tidak sedap saat proses budidaya. Sehingga, Cihil Food mengatasinya dengan mulai memasok ikan lele dari *supplier* ikan lele di desa, yang ternyata hal tersebut lebih efektif dan efisien dalam segi biaya. Mereka tidak harus mengeluarkan biaya lebih untuk perawatan dan pakan ikan lele. Ketiga adalah *tahap akumulasi*. UMKM Cihil Food mulai memproduksi jenis produk lain yang terbuat dari ubi, yaitu kremes ubi (krubi) mulai tahun 2019. Mereka memanfaatkan kondisi dimana saat itu

harga ubi ungu sedang turun. Mengejutkannya, produk tersebut laku keras di masyarakat. Namun, UMKM Cihil Food belum mampu melakukan perluasan unit usaha karena pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 menyebabkan usaha UMKM sempat merosot dan jalinan *partnership* dengan berbagai pihak terputus, seperti mitra dari kampus IPB, yaitu Agrianita IPB.

Untuk keberlangsungan usahanya, UMKM Cihil Food melakukan beberapa strategi yang dapat ditinjau dari aspek kewirausahaan sosial. Menurut Hulgard dalam Palesangi (2013), kewirausahaan sosial menciptakan nilai sosial yang dihasilkan melalui kolaborasi bersama masyarakat dan organisasi di lingkungan masyarakat untuk menghasilkan suatu inovasi sosial melalui aktivitas ekonomi. Sehingga, berdasarkan empat elemen kewirausahaan sosial yang dijabarkan Palesangi (2013) dari teori Hulgard, upaya UMKM Cihil Food dalam memanfaatkan potensi usahanya dapat dianalisis sebagai berikut.

1. **Social value (nilai sosial).** Ibu-ibu rumah tangga di Desa Cihideung Ilir memiliki wadah untuk menciptakan bisnis komunitas.
2. **Civil society (masyarakat).** UMKM Cihil Food beranggotakan 5 orang ibu-ibu rumah tangga.
3. **Inovasi.** UMKM Cihil Food memanfaatkan potensi komoditas ikan lele yang ada di Cihideung Ilir untuk membuat produk makanan yang bergizi dan enak, yang juga menjadi salah satu upaya untuk mencegah stunting. UMKM Cihil Food juga bermitra dengan toko oleh-oleh dan Agrianita IPB untuk memasarkan produknya.
4. **Economic activity (aktivitas ekonomi).** UMKM Cihil Food melakukan penjualan produk melalui grup WhatsApp dan kepada tetangga sekitar secara langsung. Cihil Food juga sedang mengurus sertifikasi halal untuk produk UMKMnya.

Hal diatas serupa dengan proses kewirausahaan sosial oleh Lumpkin *et al.* (2013) yang dilalui oleh UMKM Cihil Food, yaitu sebagai berikut.

1. **Antecedents (misi),** dimana tujuan dari dibangunnya UMKM Cihil Food adalah untuk memanfaatkan potensi dari komoditas ikan lele yang cukup banyak di Desa Cihideung Ilir. Penciptaan produk berbahan dasar ikan lele ini juga didorong oleh keinginan untuk mengurangi angka stunting dengan mengkonsumsi ikan lele melalui olahan makanan yang disukai berbagai kalangan.
2. **Entrepreneurial orientation (orientasi kewirausahaan),** yaitu inovasi yang diciptakan UMKM Cihil Food adalah berkat percobaan yang dilakukan para anggota terhadap ikan lele, yang dibantu oleh salah satu dosen gizi IPB. Dalam hal ini, anggota Cihil Food juga proaktif untuk mencari peluang yang didukung oleh kreativitasnya.

3. **Outcomes (hasil)**, yaitu penciptaan nilai sosial dari hasil aktivitas ekonomi untuk keberlanjutan UMKM Cihil Food kedepannya, seperti menjalin kemitraan dengan toko oleh-oleh dan Agrianita IPB untuk memasarkan produknya.

#### *Upaya Pengembangan Cihil Food*

Dalam mengembangkan produk Cihil Food diperlukan kemampuan untuk bersaing di pasar. Menurut Suhendar dalam Susila (2017) Untuk dapat bersaing di pasar dibutuhkan dua kondisi utama yang perlu dipenuhi, yaitu (1) lingkungan internal UMKM yang kondusif mencakup aspek kualitas SDM, penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat kewirausahaan; (2) lingkungan eksternal harus juga kondusif, seperti kebijakan pemerintah, aspek hukum, kondisi persaingan pasar, kondisi ekonomi-sosial-kemasyarakatan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan perubahan ekonomi. Dalam pengembangan UMKM, Cihil Food melakukan upaya untuk mengembangkan usahanya melalui pemasaran dengan cara menyebarkan informasi kepada khalayak luas secara *online* menggunakan aplikasi *Whatsapp*. Setelah memasarkan kepada khalayak luas Cihil Food melakukan proses pemesanan secara pre order di mana pembeli melakukan pemesanan dan pembayaran di awal hal ini bertujuan untuk meminimalisir kerugian.

Dalam penulisan ini adapun upaya yang kami lakukan untuk pengembangan Cihil Food diantaranya, yaitu

- a. Pemasaran pada *e-commerce* dilakukan dengan cara pembuatan akun penjualan di platform, seperti Shopee dan Tokopedia; registrasi produk ke akun penjualan dengan tampilan dan judul yang menarik; mendemonstrasikan cara mengemas untuk penjualan *online* yang baik dan benar; menjelaskan terkait pengiriman yang tersedia di *e-commerce*
- b. *Rebranding* desain kemasan produk dilakukan untuk mengikuti tren yang sedang ramai di masyarakat dan media sosial
- c. Pembuatan video promosi dilakukan untuk mempromosikan produk-produk Cihil Food yang akan diunggah di media sosial
- d. Kemasan produk untuk luar daerah dilakukan untuk mendemonstrasikan kemasan yang tahan banting saat melakukan pengiriman dan memanfaatkan bahan-bahan yang mudah didapat
- e. Pengembangan jejaring yang terputus saat Covid-19 dilakukan untuk membangun kembali kerjasama dengan mitra yang terputus, yaitu Agrianita
- f. Pengenalan sekaligus pemasaran produk ke khalayak luas dilakukan untuk memperluas informasi produk jual kepada masyarakat

Berdasarkan upaya pengembangan UMKM Cihil Food diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM Cihil Food untuk meningkatkan keterampilan setiap anggota dan dapat terus berkembang.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan kajian ini maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengembangan ekonomi lokal dan kewirausahaan sosial pasca pandemi Covid-19 bahwa terjadinya pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian besar aktivitas ekonomi UMKM Cihil Food terhambat. Namun, melalui upaya pengembangan yang dilakukan peneliti, diharapkan mampu memberikan peluang besar bagi UMKM untuk dapat beradaptasi dan menyesuaikan pasar dengan cara meningkatkan kreativitas dan ide demi keberlanjutan UMKM kedepannya.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Berakhirnya masa pandemi dengan adanya proses transisi endemi Covid-19 di Indonesia tentu akan membawa nafas segar bagi bergeliatnya kembali aktivitas UMKM terutama di Desa Cihideung Ilir. Berdasarkan hal tersebut, hendaknya peneliti selanjutnya perlu melakukan kajian lanjutan untuk menganalisis tingkat *recovery* atau resiliensi dan bagaimana upaya adaptasi UMKM merespon masa endemi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [UU] Undang-Undang Nomor 20. 2008. [diakses 2023 Mei 26]. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2021. Kecamatan Ciampea Dalam Angka 2021. BPS Kabupaten Bogor. Indonesia.
- Ari Susanti, E., Hanafi, I., & Adiono, R. (2013). Pengembangan Ekonomi Lokal Dalam Sektor Pertanian. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(4), 31-40.
- Blakely. E. J. (1989), "The Meaning of Local Economic Development", in E. J. Blakely, *Planning Local Economic Development : Theory and Practice*, pp 57-71, Sage Publication.
- Edy Sutrisno. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor Umkm dan Pariwisata. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(1), 167-185. <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i1.385>.

- Fitria, B., Naktiany, W., Ilmiah, F. W.-J. J., & 2022, undefined. (2022). Pendampingan Percepatan Penurunan Stunting Melalui Pemberdayaan Masyarakat untuk Mengolah Kelimpahan Lele di Desa Batu Kumbang. *Journal.Ikmedia.Id*, 1(2), 153-164. <https://journal.ikmedia.id/index.php/jilpi/article/view/24>.
- Hartanto, A. D., Siswati, A., & Mardiasih, N. C. (2022). Formulasi Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 535-544. <https://doi.org/10.33005/jdep.v5i1.312>
- Haryanti, Dewi Meisari et al. 2016. Berani Jadi Wirausaha Sosial? PT Bank DBS: Indonesia.
- Hidayat, A. N. (2023, January 31). *Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023*. Mengenal program Pembinaan UMKM kemenkeu satu tahun 2023. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15879/Mengenal-Program-Pembinaan-UMKM-Kemenkeu-Satu-Tahun-2023.html>.
- Lumpkin, G.T., Todd W. Moss., David M., Shoko K., Alejandro, S.M. 2013. Entrepreneurial processes in Social Context: how are they different, if at all? *Small Busines Econ*. DOI 10.1007/s11187-011-9399-3.
- Morina, D., & Gashi, P. 2016. The role of smes on the economic development: kosova's case. *CRC-Journal*, Vol. 3, No. 5, pp. 167-180.
- Naktiany, W., Rahmiati, F., Wijaya, W. (2022). Pendampingan Percepatan Penurunan Stunting Melalui Pemberdayaan Masyarakat untuk Mengolah Kelimpahan Lele di Desa Batu Kumbang. *Journal.Ikmedia.Id*, 1(2), 153-164. <https://journal.ikmedia.id/index.php/jilpi/article/view/24>.
- Nurmala, Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa PANDEMI covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65-74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia Dan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 1(2), 1-6.

<http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/198>.

- Raharja, S. J., Natari, S. U. 2022. Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1023-1032. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1237>.
- Sajogyo. 1990. Pembangunan Pertanian dan Pedesaan dalam Rangka Industrialisasi. *Bunga rampai: Industrialisasi Pedesaan*. Editor: Sajogyo dan Mangara Tambunan. Sekindo Eka Jaya: Jakarta.
- Sarfiah S, Atmaja H, Verawati D. 2019. UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *J REP (Riset Ekon Pembangunan)*. 4(2):1-189. Doi:10.31002/rep.v4i2.1952.
- Sasongko, D. (2020, August 24). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.
- Sihombing, Josh & Hangga Nuarta. 2016. Apakah Kewirausahaan Sosial itu? Kewirausahaan Sosial. *Pengenalan Kewirausahaan Sosial*. PLUS.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76-86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Susila, Arief Rahman. 2017. *Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional Dan Global*. In: Kewirausahaan Dalam Multi Persfektif. Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, pp. 153-171.