

**TANTANGAN UMKM PEDAGANG SATE AYAM DI MASA PANDEMI COVID-19: ANALISIS MULTIASPEK DAN STRATEGI ADAPTIF**Andika Mulyana<sup>1</sup>, Fawwaz Syahreza<sup>2</sup>, Gilang Ramadhan<sup>3</sup>, Oki Iqbal Khair<sup>4</sup>

Manajemen, Universitas Pamulang

[mulyadhika3452@gmail.com](mailto:mulyadhika3452@gmail.com), [fawazSyahreza@gmail.com](mailto:fawazSyahreza@gmail.com), [gilangrmdhn173@gmail.com](mailto:gilangrmdhn173@gmail.com),  
[dosen01801@unpam.ac.id](mailto:dosen01801@unpam.ac.id)**Abstrak**

Pandemi COVID-19 menjadi krisis global yang berdampak signifikan terhadap perekonomian, khususnya sektor informal dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu sektor yang paling rentan adalah bisnis makanan jalanan, termasuk penjual sate ayam. Jurnal ini bertujuan untuk menganalisis tantangan yang dihadapi oleh MSME sate ayam selama pandemi secara komprehensif dari sudut pandang ekonomi, faktor sosial, kebijakan pemerintah, serta adaptasi teknologi. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode studi kasus pada beberapa pelaku usaha di kawasan Jabodetabek, penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM menghadapi penurunan pendapatan drastis, disrupsi rantai pasok, kendala digitalisasi, serta lemahnya perlindungan kebijakan. Namun, ada juga pelaku yang pasrah dengan tetap menerapkan strategi diversifikasi, kolaborasi komunitas, dan transformasi digital yang bersifat ringan. Kesimpulan menyarankan perlunya kebijakan yang lebih inklusif, pelatihan digitalisasi, serta integrasi UMKM ke dalam ekosistem ekonomi digital secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** UMKM, Sate Ayam, Pandemi, Ketahanan Usaha, Kebijakan, Digitalisasi

**Article history**

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musyitari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musyitari.v1i2.365)**Copyright : author****Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

**PENDAHULUAN**

Pandemi COVID-19 yang melanda sejak awal tahun 2020 telah mengubah wajah perekonomian global dan nasional secara drastis. Salah satu sektor yang terkena dampak paling dalam adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Di antara berbagai kategori UMKM, pedagang makanan kaki lima seperti penjual sate ayam tergolong paling rentan.

Sate ayam merupakan makanan tradisional yang memiliki permintaan tinggi di berbagai daerah, namun kegiatan usaha yang mengandalkan interaksi fisik langsung membuat para pedagangnya sangat terdampak oleh kebijakan pembatasan sosial dan penurunan mobilitas konsumen.

## LITERATURE REVIEW

### *Konsep UMKM*

UMKM adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria kekayaan bersih dan omzet tahunan tertentu. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, usaha mikro memiliki omzet maksimal Rp 300 juta per tahun. Sebagian besar pedagang sate ayam tergolong usaha mikro informal.

### *Dampak Pandemi terhadap UMKM*

Menurut data BPS (2021), lebih dari 84% UMKM mengalami penurunan pendapatan selama pandemi. Sektor makanan dan minuman mengalami dampak langsung karena bergantung pada interaksi sosial, yang dibatasi melalui kebijakan PPKM.

### *Digitalisasi UMKM*

Transformasi digital menjadi solusi yang direkomendasikan untuk ketahanan UMKM. Namun, kemampuan literasi digital, infrastruktur teknologi, dan biaya operasional menjadi penghambat implementasi di kalangan UMKM tradisional.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian adalah 12 pedagang sate ayam di Jakarta Selatan, Depok, dan Bekasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Teknik analisis menggunakan triangulasi data, reduksi data, kategorisasi tematik, dan interpretasi naratif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1) Tantangan UMKM Sate Ayam

#### a. Penurunan Permintaan Konsumen

Pandemi menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat, yang lebih memilih memasak di rumah atau memesan makanan lewat aplikasi. Hal ini mengurangi penjualan langsung.

#### b. Pembatasan Operasional

PPKM menyebabkan jam operasional dibatasi hingga pukul 20.00, padahal banyak pedagang sate ayam bergantung pada jam malam.

#### c. Disrupsi Rantai Pasok

Keterlambatan distribusi bahan baku seperti ayam, tusuk sate, dan arang terjadi karena pembatasan transportasi.

#### d. Kesulitan Akses Modal

Mayoritas pedagang tidak memiliki tabungan atau akses pinjaman formal. Bantuan pemerintah seperti Banpres Produktif hanya menjangkau sebagian kecil karena syarat administrasi.

#### e. Kurangnya Literasi Digital

Beberapa pedagang mengaku kesulitan menggunakan platform digital karena tidak memiliki smartphone atau tidak memahami cara mengoperasikan aplikasi.

## 2) Dampak Sosial

- Tekanan psikologis karena kehilangan penghasilan utama
- Ketegangan rumah tangga akibat krisis ekonomi
- Ketidakpastian masa depan dan kekhawatiran kesehatan

## 3) Kebijakan Pemerintah

Program bantuan sosial seperti BLT UMKM, subsidi bunga KUR, dan pelatihan digital memang ada, namun implementasinya tidak merata. Banyak pedagang tidak terdata sebagai penerima manfaat karena tergolong usaha informal yang tidak memiliki izin usaha.

## 4) Strategi Bertahan

### a. Diversifikasi Menu

Menambah variasi menu seperti lontong sayur, ayam penyet, atau gorengan agar menarik konsumen.

### b. Penjualan Online

Beberapa pedagang yang memiliki anak muda di keluarga mulai menggunakan WhatsApp dan Instagram untuk menerima pesanan.

### c. Kolaborasi Komunitas

Membentuk komunitas pedagang untuk berbagi informasi stok, pemasok alternatif, dan saling membantu logistik.

### d. Efisiensi Operasional

Mengurangi pembelian bahan baku dan menyesuaikan jumlah produksi dengan kondisi pasar.

## 5) ANALISIS SWOT UMKM SATE AYAM DI MASA PANDEMI

Faktor	Keterangan
Strengths	Makanan populer, harga terjangkau, loyalitas pelanggan
Weaknesses	Modal terbatas, teknologi rendah, tidak terdigitalisasi
Opportunities	Pasar daring meningkat, permintaan makanan cepat saji tinggi
Threats	Pembatasan mobilitas, persaingan dengan restoran online, inflasi bahan baku

## KESIMPULAN

UMKM pedagang sate ayam menghadapi krisis multidimensi selama pandemi COVID-19, mulai dari penurunan omzet, kendala operasional, hingga tekanan sosial-psikologis. Namun, sebagian mampu bertahan dengan strategi sederhana dan dukungan komunitas. Pemerintah perlu mendesain intervensi yang lebih terarah dan inklusif, khususnya pada segmen informal yang belum tersentuh program resmi.

## REKOMENDASI

- Pemerintah perlu memperluas jangkauan program bantuan UMKM informal.
- Pelatihan literasi digital secara praktis perlu digalakkan di tingkat kelurahan.
- Pemberdayaan komunitas lokal dapat dijadikan sarana distribusi bantuan dan informasi usaha.

- Perlu platform khusus UMKM makanan tradisional agar bisa bersaing di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik UMKM Indonesia Tahun 2020*.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Laporan Tahunan UMKM Nasional*.

Susilo, A. (2021). "Ketahanan UMKM Kuliner dalam Pandemi COVID-19", *Jurnal Ekonomi Kreatif*, Vol. 5 No. 1.

Dewi, R. (2022). "Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi: Peluang dan Tantangan", *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 7(2).

Siregar, M. (2021). "Studi Kasus UMKM Makanan di Jakarta Selatan Selama COVID-19", *Jurnal Sosial Ekonomi*.