

PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENJUALAN UMKM

Maynanda Syafa Saudicha^{1*}, Akhmad Sabil¹, Dawam Mukhlis¹, Ega Rahmawati¹, Dwi Yuli Rakhmawati²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

²Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email: maynandasyafa.20005@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Tahun 2020 merupakan tahun dimana pandemi COVID-19 menyebar ke Indonesia. Pemerintah Indonesia berupaya mencegah penyebaran virus COVID-19 dengan menetapkan PSBB dan PPKM. Kebijakan PPKM saat ini mempengaruhi sektor akomodasi dan penjualan karena kurangnya ruang untuk beroperasi. Hal ini mengakibatkan penurunan pendapatan dalam penjualan. Bauran pemasaran merupakan komponen pemasaran yang efektif digunakan dalam bisnis penjualan kuliner, fashion, jasa, dan toko online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap pengaruh penjualan UMKM dalam situasi pandemi COVID-19. Bauran pemasaran yang dipelajari meliputi; produk, promosi, orang, dan proses. Model penelitian ini merupakan studi kasus dengan memilih UMKM sebagai objek penelitian. Penelitian ini dilakukan di wilayah Sidoarjo dan Lamongan yang terdapat penjualan UMKM yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 43 responden penjual UMKM. Metode pengambilan sampel yang digunakan didasarkan pada teknik non-probabilitas yaitu teknik convenience sampling. Pengumpulan data melalui kuesioner berlangsung selama dua hari pada tanggal 21-22 September 2021. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan dianalisis melalui alat SPSS. Hasil yang ditemukan dari penelitian adalah variabel X adalah pandemi COVID-19 sedangkan variabel Y adalah hasil penjualan UMKM meningkat atau tidak.

Kata kunci; COVID-19, Pengaruh, Penjualan, UMKM

Abstract

2020 is the year when the COVID-19 pandemic spreads to Indonesia. The Indonesian government is trying to prevent the spread of the COVID-19 virus by establishing PSBB and PPKM. The current PPKM policy affects the accommodation and sales sectors due to the lack of space to operate. This resulted in a decrease in revenue in sales. The marketing mix is a marketing component that is effectively used in the business of selling culinary, fashion, services, and online shops. This study aims to determine the effect of the marketing mix on the influence of UMKM sales in the COVID-19 pandemic situation. The marketing mix studied included; products, promotions, people and processes. This research model is a case study by choosing UMKM as the object of this research. This research was conducted in the areas of Sidoarjo and Lamongan where there are UMKM sales under study. Data collection was taken using a survey method by distributing questionnaires to 43 respondents who sold UMKM. The sample collection method used is based on a non-probability technique, namely the convenience sampling technique. Data collection through a questionnaire took place for two days on 21-22 September 2021. The analytical method used is simple linear regression analysis and analyzed through the SPSS tool. The results found from the research are variable X is the COVID-19 pandemic while variable Y is the result of increasing UMKM sales or not.

Keywords; COVID-19, Influence, Sales, UMKM

PENDAHULUAN

Tidak terasa sudah hampir 2 tahun kita hidup di masa Pandemi Covid-19. Semenjak pertama melanda Pandemi sudah mempengaruhi rutinitas, mobilisasi hingga perputaran roda ekonomi di Indonesia. Banyak sektor ekonomi di Indonesia yang berkembang dan melemah pada saat Pandemi Covid-19 seperti saat ini, sektor-sektor yang berkembang diantaranya sektor ekonomi yang bergerak di bidang

kesehatan dan asuransi jiwa. Sedangkan contoh sektor yang melemah disaat masa Pandemi Covid-19 adalah sektor ekonomi yang bergerak dibidang pariwisata dan sektor ekonomi yang berkembang dibidang industri otomotif. Hal ini terjadi karena, kecenderungan masyarakat untuk mempersiapkan keperluan yang dirasa diperlukan untuk menghadapi Pandemi.

Pandemi Covid-19 ini bukan hanya

mengacaukan kegiatan ekonomi industri skala besar, tapi juga mulai membuat gelisah para pelaku UMKM dan industri skala menengah. Terlebih baru-baru ini, sebuah studi menyebut jika *Covid-19* akan membuat Indonesia mengalami penurunan persentase pertumbuhan ekonomi sebesar 0.1% di tahun 2020. Secara garis besar, berikut merupakan dampak nyata yang disebabkan *Covid-19* terhadap sektor UMKM di Indonesia. Usaha kecil dan menengah (UMKM) menjadi garda terdepan dalam goncangan ekonomi akibat pandemi COVID-19. Langkah-langkah *physical* dan *social distancing* menyebabkan penghentian tiba-tiba kegiatan ekonomi, penurunan permintaan dan rantai pasokan terganggu di seluruh dunia. Dalam survei awal, lebih dari 50% usaha kecil, menengah dan mikro mengindikasikan bahwa mereka mungkin akan bangkrut dalam beberapa bulan ke depan. Sejak itu, kebangkrutan muncul satu demi satu, dan suku bunga awal mulai runtuh. Misalnya, pada bulan Maret, aplikasi bisnis di Amerika Serikat turun 40% menjadi 75% dari tahun sebelumnya—kontraksi yang lebih besar daripada selama Resesi Hebat.

Dampak pandemi *Covid-19* terhadap sektor UMKM tentunya akan berdampak besar terhadap status perekonomian Indonesia. Diantaranya, kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar di berbagai bidang, antara lain (1) Indonesia memiliki 64,2 juta unit usaha per 2018. 64,2 juta unit bisnis diantaranya Usaha Kecil, Menengah dan Mikro mencapai 64,1 juta (99,9%) (2) Kontribusi terhadap jumlah tenaga kerja Pada tahun 2018, total angkatan kerja Indonesia adalah 120,6 juta, dan jumlah tenaga kerja pada usaha kecil, menengah dan mikro mencapai 116,9 juta (97%) (3) Kontribusi terhadap PDB, per Tahun 2018, total kontribusi dunia usaha Indonesia terhadap PDB adalah sebesar 14.038.598 miliar, dimana kontribusi usaha kecil dan menengah terhadap PDB adalah 8.573.895 miliar (61,07%) (4) Kontribusi ekspor nonmigas Tahun 2018, total ekspor nonmigas Indonesia sebesar 20,44 miliar Kontribusi UMKM terhadap ekspor nonmigas sebesar 293.840 Milyar (14,37%) (5) Kontribusi terhadap Investasi, Jumlah investasi di Indonesia per 2018 total 4.244.685 Milyar, dengan kontribusi UMKM terhadap investasi sebesar 2.564.549 Milyar (60,42%).

Secara garis besar, berikut merupakan dampak nyata yang disebabkan *Covid-19* terhadap sektor UMKM di Indonesia.

Menurunnya Aktivitas Jual Beli

Anjuran *social distancing* untuk menghindari penyebaran virus corona yang lebih meluas juga berdampak mengurangi aktivitas jual beli masyarakat. Misalnya, pelaku komersial warteg di Jakarta. Menurut Mukroni, Ketua Komunitas Warteg Nusantara (Kowantara), virus corona telah menurunkan omset pengusaha di Indonesia, khususnya Jabodetabek, hingga 50%. Untungnya, menurut penelitian yang dilakukan oleh *Center for Economic and Social Research* (CESS) dan *Center for Micro and Small Enterprise Dynamics* (CEMSED), UMKM Indonesia unik karena selalu mampu berkembang dan bertahan dalam krisis. Inisiatif para pengusaha warteg yang lebih mau tetap beroperasi namun mengubah cara berjualan dengan hanya menyediakan pembelian dalam kemasan (*Take Home*) daripada membeli makanan di tempat membuktikan hal tersebut.

Bahan Baku Sulit Didapat

Kebijakan *social distancing* yang dipilih pemerintah Indonesia membuat aktivitas produksi terganggu. Beberapa perusahaan telah mengadopsi kebijakan *Work From Home*, dan beberapa perusahaan telah memutuskan untuk memberhentikan karyawan dan melakukan PHK besar-besaran. Menurut data terakhir dari Dinas Tenaga Kerja, Imigrasi dan Energi DKI Jakarta, sebanyak 30.137 pekerja dilaporkan menganggur karena PHK massal, dan 132.2799 pekerja lainnya kehilangan penghasilan karena PHK yang tidak dibayar. Efek domino badai pemutusan hubungan kerja dan pemutusan hubungan kerja menyebabkan penurunan kapasitas produksi mengalami penurunan yang ekstrim. Tak pelak, keadaan ini menyebabkan bahan baku yang diproduksi di industri rumah tangga menjadi langka atau mengalami kenaikan harga yang ekstrem. Misalnya, sektor UMKM yang membuat kue dan roti khawatir dengan melonjaknya harga telur dan gula. Akibatnya, harga jual produk juga meningkat. Mengingat daya beli masyarakat saat ini masih rendah, pilihan ini dinilai berisiko.

Distribusi Terhambat

Pemerintah terus berupaya untuk memaksimalkan jalur distribusi ke seluruh

Indonesia lewat pembangunan infrastruktur besar-besaran di Indonesia. Proyek tersebut bahkan sudah dimulai sejak Presiden Joko Widodo menjabat di periode pertama. Hasilnya cukup luar biasa, saluran distribusi lebih cepat, kesenjangan harga bisa dipersempit, dan ekonomi rakyat semakin cepat. Namun kini, *Covid-19* telah “menghancurkan” semua itu. Menurut Asosiasi Tol Indonesia (ATI), rata-rata volume lalu lintas harian (LHR) seluruh jalan tol di Indonesia turun 40-60% sejak awal Maret 2020. Penurunan ekstrim terjadi di wilayah Jabodetabek. Jika jumlah kendaraan yang melintas pada Februari mencapai 3,19 juta, hanya ada 1,06 juta kendaraan pada akhir Maret tahun lalu. Kondisi ini diperkirakan akan terus berlanjut selama pandemi virus corona. Penghentian kegiatan distribusi tentu sangat tidak menguntungkan bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Mereka kini bingung bagaimana mendistribusikan produk, terutama bagi usaha kecil menengah yang sudah mulai melebarkan pasarnya ke luar daerah atau bahkan lintas pulau.

Penyedia Jasa Ikt Terpapar Dampak Covid-19

Pandemi *Covid-19* tidak hanya berdampak pada perusahaan produksi rumahan, tetapi juga pelaku sektor jasa seperti penata rambut, yang harus menerima penurunan omzet akibat kebijakan social distancing. Karena pandemi virus corona, banyak proyek harus ditunda, yang menyebabkan pekerja konstruksi, penata rias, penyelenggara pernikahan, fotografer pernikahan, dan orang lain yang terlibat dalam pekerjaan harian lepas melaporkan bahwa sulit untuk mendapatkan penghasilan. Untungnya, pemerintah saat ini memiliki cukup keberanian untuk mengadopsi kebijakan tidak menerapkan blokade, sehingga beberapa usaha kecil, menengah dan mikro mencari cara dan memeras otak mereka agar mereka dapat "bertahan".

Selain itu, ada beberapa kebijakan lain yang dirasa cukup membantu UMKM, seperti memberikan relaksasi kredit, listrik gratis dan diskon hingga 50%, serta rencana penyertaan modal yang mudah. Hal ini terlihat dari langkah-langkah yang diambil oleh Otoritas Jasa Keuangan untuk mengeluarkan kebijakan countercyclical, seperti yang dijelaskan dalam

Siaran Pers 2.
HM.4.6/32/SET.M.EKON.2.3/03/2020
Kementerian Koordinator Bidang
Perekonomian Republik Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

UMKM

UMKM atau lebih dikenal kepanjangan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Yang mana ini adalah hal baru sistem perdagangan. Menurut Kwartono (2007) UMKM merupakan badan usaha yang terklasifikasi menjadi bentuk usaha yang memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari 200 juta. Sebuah badan usaha bisa disebut sebagai UMKM jika memiliki ciri-ciri atau karakter tertentu yaitu sebagai berikut. (1) Usaha mikro, kriteria UMKM pertama adalah usaha mikro yaitu usaha atau perusahaan yang memiliki kekayaan bersih usaha yang diperoleh kurang dari 50 juta perbulan dan untuk jenis usaha ini kekayaan dalam bentuk bangunan atau perusahaan tempat usaha dimasukkan kalkulasi. (2) Usaha kecil, usaha kecil adalah satu usaha yang dikelola secara personal tapi tidak digolongkan sebagai sebuah badan usaha. Usaha kecil memiliki kekayaan usaha pada kisaran 300 juta per tahun, ini adalah kekayaan bersih yang telah dikalkulasi dengan sempurna. (3) Usaha menengah, sebuah badan usaha dapat dikatakan usaha menengah apabila laba bersih dan kekayaan aset perusahaannya sekitar kurang lebih 500 juta perbulan namun sama dengan kriteria usaha yang lain kekayaan seperti tanah dan bangunan tempat usaha tidak di kalkulasi. UMKM adalah pondasi dari perekonomian negara kita. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM, total UMKM saat ini sejumlah 64,2 juta dan kontribusi pada PDB mencapai 61,07% atau sekitar 8.573,89 triliun. Kontribusi UMKM pada perekonomian Indonesia mencakup 97% total tenaga kerja dan dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Limanseto, 2021).

Dampak Pandemi Covid-19

Covid-19 merupakan virus menular yang pertama kali ditemukan di Wuhan, Cina. Berdasarkan data real time dari The GISAID Global Initiative on Sharing All Influenza Data (by Johns Hopkins CSSE), sebanyak 69 negara

harus berjuang menghadapi virus *Covid-19*. Perhari Senin, 2 Maret 2020 nama negara Indonesia masuk daftar negara-negara yang terinfeksi virus. Presiden Indonesia Bapak Joko Widodo mengumumkan bahwa virus corona pertama kali menginfeksi dua warga Indonesia di Depok, Jawa Barat. Keduanya adalah seorang ibu berusia 64 tahun dan putrinya yang berusia 31 tahun mereka sempat melakukan kontak fisik dengan seorang warga Jepang yang positif *Covid-19*. Warga Jepang itu terdeteksi *Covid-19* di Malaysia setelah dari Indonesia (Fadli, 2020). Pandemi *Covid-19* menyebabkan dampak multisektor di seluruh dunia. Salah satunya adalah perekonomian, ancaman terbesarnya adalah terjadinya resesi global. *Covid-19* menyebabkan dampak yang amat besar bagi seluruh dunia. Di Indonesia, *Covid-19* menginfeksi lebih dari 1,3 juta orang dihitung saat kasus pertama pada bulan Maret 2020, sekitar 35.000 jiwa telah meninggal dunia. Namun, tindakan untuk menghambat penyebaran *Covid-19* berakibat terhambatnya kegiatan perekonomian masyarakat yang berdampak pada tingkat penurunan kesejahteraan sosial. Penurunan kemiskinan belakangan ini kembali menanjak setelah pandemi *Covid-19*. Satu dari sepuluh warga Indonesia hidup di bawah garis kemiskinan nasional (UNDP, n.d.).

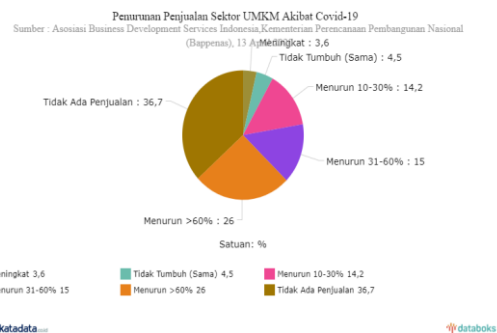
Hubungan Antar Variabel

Pada masa pandemi *Covid-19* UMKM adalah yang pertama kali terkena dampak *Covid-19* akibat dari kebijakan pemerintah yang berusaha mengurangi penularan *Covid-19* di masyarakat. Dengan cara mengurangi aktivitas masyarakat mulai dari kebijakan PSBB hingga PPKM. Hal ini menyebabkan berkurangnya kemampuan produksi karena pemerintah mewajibkan perusahaan yang berada di zona merah untuk melakukan WFH (*Work From Home*) pada para karyawan, sehingga kinerja perusahaan menurun bahkan ada yang tidak beroperasi sama sekali. Berdasarkan survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) sebanyak 206 UMKM di Jabodetabek, mayoritas UMKM sekitar 82,9% menghadapi dampak buruk dari pandemi *Covid-19* dan hanya sekitar 5,9% yang mengalami pertumbuhan positif. Pandemi *Covid-19* telah menyebabkan 63,9% dari total UMKM yang terdampak omzetnya turun lebih dari 30%. Dan hanya 3,8% UMKM omzetnya meningkat. Selain itu survei oleh KIC menunjukkan bahwa para UMKM melakukan

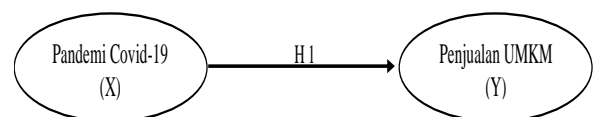
beberapa upaya agar usahanya agar terus berjalan (Bahtiar, 2021).

H1 : Terdapat Pengaruh Negatif Dampak *Covid-19* Terhadap Penjualan UMKM

Pandemi *Covid-19* mengakibatkan turunnya tingkat ekonomi Indonesia, termasuk UMKM (UMKM). Dampak pandemi pada UMKM adalah menurunnya penjualan hampir seluruh UMKM di Indonesia. Sejumlah 36,7% UMKM mengakui tidak ada penjualan sama sekali. Selanjutnya 26% responden mengakui mengalami penurunan penjualan diatas 60%. Dan hanya 3,6% yang merasakan kenaikan penjualan. Survei ini dilakukan Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) dilakuakn pada 6.405 UMKM sebagai responden. Wilayah responden mencakup 50% di Jawa dan Bali, sisanya dilakukan di seluruh Indonesia (Jayani, 2020). Sumber: databoks.katadata.co.id



Gambar 1. Diagram Hasil Survey UMKM



Gambar 2 : Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis memakai metode deskriptif verifikatif, yaitu merupakan metode penelitian kuantitatif yang dipakai dalam meneliti populasi ataupun sampel tertentu, serta menguji dan menganalisis hipotesis yang sudah dikemukakan dengan cara analisis data yang bersifat statistik (Sugiyono, 2019:13). Populasinya adalah pemilik UMKM dengan didapatkan sampel sebanyak 43 pemilik UMKM. Teknik sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik convenience sampling yang termasuk dalam nonprobability

sampling. Sedangkan teknik pengambilan datanya dengan melakukan kuisioner, dan observasi. Serta teknik analisis data yang dipakai yaitu teknik analisis regresi liner sederhana.

(45,2%), lamongan sebanyak 14 orang (33,3%) , dan daerah lainnya sebanyak 9 orang (21,4%)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Item Pertanyaan	Correlated Item total	Cronbach's Alpha
Pandemi Covid-19 (X)		
Pandemi Covid-19 membawa dampak negatif terhadap perekonomian	0,404	0,696
Kebijakan pemerintah dalam menerapkan PPKM tidak efektif	0,588	
Reaksi masyarakat sekitar anda terhadap pandemi Covid-19	0,554	
Penjualan (Y)		
Penjualan saya menurun ketika pandemi Covid-19	0,439	0,722
Saya memberikan promo kepada pelanggan untuk meningkatkan penjualan	0,561	
Rata-rata omset penjualan anda dalam seminggu	0,641	

Hasil uji validitas didapat dengan menyebar kuesioner kepada 42 responden untuk di uji validitas dan reabilitas. Berdasarkan uji validitas, semua item pertanyaan dari setiap variabel memiliki nilai (Rhitung) > Rtabel 0,304 yang berarti valid. sehingga item pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur variabel pengaruh pandemi Covid-19 terhadap penjualan UMKM.dari hasil uji reabilitas, semua variabel memiliki nilai Cronbach' Alpha yang lebih tinggi dari nilai kritis sebesar 0,60. Sehingga hasil uji ini reliabel dan layak untuk digunakan uji selanjutnya.

Karakteristik Responden

Data terkumpul sebanyak 42 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Perolehan jumlah responden wanita sebanyak 40 orang (95,2%) dan pria 2 orang (4,8%). Berdasarkan karakteristik daerah, mayoritas responden berasal dari sidoarjo sebanyak 19 orang

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas yang digunakan yaitu uji statistik non parametic Kolmogrov-Smirnov (K-S). Hasil uji normal didapatkan dengan nilai Asym Sig.(2-tailed) sebesar 0,495, dikatakan normal apabila tingkat signifikasinya > 0,05.

Hasil uji multikolonieritas variabel pandemi Covid-19 memiliki nilai tolerance value 1,000 dan nilai VIF 1,000, dari hasil tersebut setiap variabel memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 menunjukkan bahwa penelitian ini tidak mengalami multikolonieritas.

Uji heteroskeditas

Hasil uji heteroskedastisitas, variabel independen memiliki nilai signifikan > 0,05 yaitu variabel pandemi Covid-19 sebesar 0,06 menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.505	.612		2.458	.018
X	.867	.051	.938	17.159	.000

Sumber: Output SPSS (2022, data diolah)

Dari tabel diatas diperoleh hasil yang menunjukkan nilai constant (a) sebesar 1,505, sedangkan nilai pengaruh pandemi Covid-19 (b/kofisien regresi) sebesar 0,867. Dari hasil tersebut dimasukkan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 1,505 + 0,867X$$

Keterangan:

Y = Penjualan UMKM

X= Pengaruh pandemi Covid-19

Koefisien regresi bernilai positif, sehingga arah pengaruh pandemi Covid-19 (variabel X) terhadap penjualan UMKM (variabel Y) adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel sebesar 0,000 < 0,05, dapat

disimpulkan bahwa variabel pandemi *Covid-19* (variabel X) berpengaruh terhadap penjualan UMKM (variabel Y)

Uji Kelayakan Model

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar $0,880 = 88,0\%$, nilai tersebut menunjukkan kontribusi untuk variabel independen terhadap variabel dependen dengan nilai sebesar $0,880$, artinya pandemi *Covid-19* berpengaruh terhadap penjualan UMKM sebesar $88,0\%$ sisanya menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Hasil analisis regresi sederhana hipotesis pertama menunjukkan nilai t hitung variabel pengaruh pandemi *Covid-19* sebesar $17,158 > t$ tabel $2,0211$, dan nilai signifikansinya $0,000 > 0,005$ sehingga dapat disimpulkan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X terhadap Y.

Pengaruh Pandemi *Covid-19* terhadap Penjualan UMKM

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pandemi *Covid-19* dengan penjualan UMKM. Bahwa penyebaran *Covid-19* berdampak secara langsung terhadap perekonomian di masyarakat, dampak pandemi *Covid-19* terhadap penjualan UMKM yaitu omset penjualan yang menurun yang menyebabkan pendapatan juga menurun, terjadi karena berkurangnya aktivitas masyarakat di luar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan baku, dan tingkat kepercayaan masyarakat rendah (Ihza, 2020).

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan "Pandemi *Covid-19* membawa dampak negatif bagi perekonomian" memperoleh jawaban tertinggi, hal tersebut dikarenakan saat terjadinya pandemi *Covid-19* banyak masyarakat yang merasakan dampak negatif. Lalu pada pernyataan "Penjualan UMKM menurun ketika pandemi *Covid-19*" hal ini dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yang berusaha untuk mengurangi pandemi *Covid-19* di masyarakat, dengan membuat kebijakan PSBB hingga PPKM. Hal ini menyebabkan berkurangnya kemampuan produksi karena pemerintah mewajibkan untuk melakukan WFH (*Work From Home*), bahkan ada bisnis yang tidak beroperasi sama sekali.

KESIMPULAN

UMKM atau lebih dikenal dengan sebutan UMKM dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Lebih lanjut menurut Kwartono (2007) UMKM adalah bidang usaha yang terklasifikasi sebagai bentuk usaha dengan kekayaan bersih kurang dari 200 juta.

Kebijakan Pemerintah Melalui PPKM Sejak pandemi *Covid-19* muncul di Indonesia berbagai kebijakan telah diterapkan pemerintah mulai dari PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), PSBB Transisi, PPKM (Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Darurat, hingga yang terbaru saat ini yaitu PPKM 4 level.

Hubungan Antar Variabel Pada masa pandemi *Covid-19* UMKM adalah yang pertama kali terkena dampak *Covid-19* akibat dari kebijakan pemerintah yang berusaha mengurangi penularan *Covid-19* di masyarakat. Hal ini menyebabkan berkurangnya kemampuan produksi karena pemerintah mewajibkan perusahaan yang berada di zona merah untuk melakukan WFH (*Work From Home*) pada para karyawan, sehingga kinerja perusahaan menurun bahkan ada yang tidak beroperasi sama sekali.

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, mayoritas UMKM sebesar $82,9\%$ merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya $5,9\%$ yang mengalami pertumbuhan positif. Terdapat Pengaruh Negatif Pemberlakuan PPKM Terhadap Penjualan UMKM Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah dinilai sangat efektif menurunkan tingkat penularan virus *Covid-19*, namun pembatasan ini berdampak sangat besar terhadap kinerja perekonomian, tanpa terkecuali kinerja dan penjualan UMKM, apalagi PPKM 4 level yang sekarang dijalankan terus diperpanjang oleh pemerintah.

Berdasarkan uji validitas, semua item pertanyaan dari setiap variabel memiliki nilai (R hitung) $> R$ tabel $0,304$ yang berarti valid. Sehingga item pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur variabel pengaruh

pandemi Covid-19 terhadap penjualan UMKM. dari hasil uji reabilitas, semua variabel memiliki nilai Cronbach' Alpha yang lebih tinggi dari nilai kritis sebesar 0,60.

Hasil uji multikolonieritas variabel pandemi Covid-19 memiliki nilai tolerance value 1,000 dan nilai VIF 1,000, dari hasil tersebut setiap variabel memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 menunjukkan bahwa penelitian ini tidak mengalami multikolonieritas.

Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel sebesar $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel pandemi Covid-19 (variabel X) berpengaruh terhadap penjualan UMKM (variabel Y) Uji kelayakan model penelitian menunjukkan bahwa nilai R² sebesar $0,880 = 88,0\%$, nilai tersebut menunjukkan kontribusi untuk variabel independen terhadap variabel dependen dengan nilai sebesar 0,880, artinya pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap penjualan UMKM sebesar 88,0% sisanya menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*,

Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, XIII(10), 19–24.

Fadli, R. (2020). *Kronologi Lengkap Virus Corona Masuk Indonesia*. Halodoc.Com.

Jayani, D. H. (2020). Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19. *Dkatadata.Co.Id, April, 1.*

Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*.

Mulyana, D. (2014). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 43.

Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2004). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 22–34.

Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 2(1), 147–153. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>

UNDP, S. (n.d.). *Ringkasan Eksekutif: Dampak Sosial Ekonomi COVID-19 terhadap Rumah Tangga dan Rekomendasi Kebijakan Strategis untuk Indonesia | The SMERU Research Institute*.