

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA  
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI INDONESIA**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

Nama: Salma Ulfah Nadiyah

No. Mahasiswa: 16312301

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2021**

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA  
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk  
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi,  
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Salma Ulfah Nadiyah

No. Mahasiswa: 16312301

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 11 Januari 2021

Penulis,



(Salma Ulfah Nadiyah)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA  
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh:

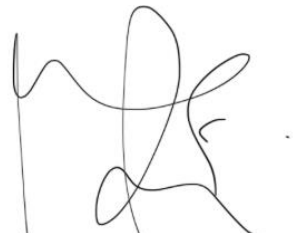
Nama: Salma Ulfah Nadiyah

No. Mahasiswa: 16312301

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 27 Desember 2020

Dosen Pembimbing,



(Arief Rahman, SE., M.Com., Ph.D)

ACC utk  
Dijikan

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL, DAN  
MENENGAH DI INDONESIA**

Disusun Oleh : **SALMA ULFAH NADIYAH**

Nomor Mahasiswa : **16312301**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: **Selasa, 09 Februari 2021**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : **Arief Rahman, S.E., SIP., M.Com., Ph.D.**



Penguji : **Arief Bahtiar, Drs., MSA., Ak.**



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



**Prof. Jaka-Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.**

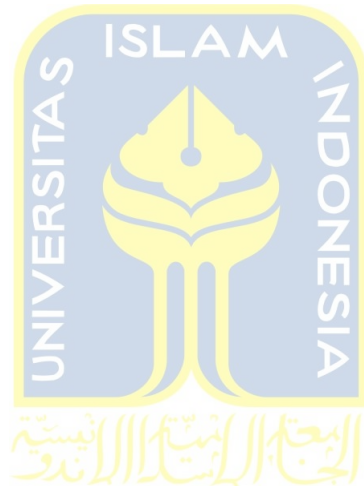
## MOTTO

*“For indeed, with hardship [will be] ease. Indeed, with hardship [will be] ease.”*

(QS Al Insyirah : 5-6)

*“If Allah knows [any] good in your hearts, He will give you [something] better than what was taken from you, and He will forgive you; and Allah is Forgiving and Merciful.”*

(QS Al Anfal : 70)



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia, dan nikmat-Nya, sehingga penulis diberi kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat manusia.

Penelitian ini berjudul “Analisis Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia” disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, sebagai bentuk tanggung jawab, bakti, dan ungkapan terima kasih, penulis ingin menyampaikannya kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberi petunjuk, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi tauladan bagi kita semua agar kita dapat menjadi insan yang lebih berguna dan bermanfaat bagi sesama.
3. Kedua orang tua penulis, Bapak Slamet Hariyanto dan Ibu Umi Sumiyati. Yang selalu memberikan do'a, semangat, dan motivasinya kepada penulis. Pun dengan sabar dan disiplin telah membimbing penulis hingga sampai di titik ini.

4. Tante penulis, Bu Lik Sumiyatun. Juga kakak dan adik, Mufidatul Faridah, Wendi Sukma, dan Lintang Talitha. Atas segala dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis hingga akhir masa studi.
5. Bapak Arief Rahman, SIP, S.E., M.Com., Ph.D selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingannya kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc, Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan universitas.
7. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan.
8. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak., CMA selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, beserta segenap pimpinan dan pengajar Program Studi Akuntansi.
9. Keluarga lantai tiga, tim Marketing & Communications FBE UII, yang selama 3 periode telah memberikan banyak ilmu, juga pengalaman yang mengesankan dan penuh dengan hal-hal baru untuk *diexplore*. Dan rasa kekeluargaan yang luar biasa.
10. Teman seperjuangan selama persiapan ujian komprehensif bulan Oktober, Ibu Dosen Elys, Piut, Yurisya, Fitria, Bella, Raka, Eja, Syawal, dan Shidqi atas ilmu yang dibagikan, serta memberikan kesan belajar yang menyenangkan.
11. Adinda Ayudyah dan Ilham Pranata yang selalu siap membantu di setiap ada kesulitan dalam proses penyusunan skripsi ini.



12. Willa Putri Malinda dan Awanda Maulidia, yang telah berbagi ilmu dan keceriaannya selama menjalani proses perkuliahan di FBE UII.
13. Ayu Larasati dan Daffa Hakim, selaku teman berbagi cerita dalam segala hal. Terima kasih juga playlist Spotify “Skripsi 2020”nya.
14. Vemia Wijaya, terima kasih atas segala bantuan dan hiburan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Semangat untuk langkah kita selanjutnya, ya. *Can't wait for another milestones!*
15. Reiga Farah Amalia, selaku partner berproses dan berjuang dari awal semester sampai akhir masa studi, meskipun kamu lulus duluan. Terima kasih atas segala kebaikan kamu!

Penulis juga memberikan ucapan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga semua kebaikan dibalas oleh Allah SWT. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar hasil skripsi ini mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Penulis,

(Salma Ulfah Nadiyah)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.5. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II.....	12
2.1. Landasan Teori .....	12
2.1.1. Teori Business Continuity Management (BCM) .....	12
2.1.2. Pandemi COVID-19 di Dunia dan di Indonesia .....	18
2.1.3. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	23
2.2. Penelitian Terdahulu .....	25

BAB III .....	27
3.1. Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.3. Definisi dan Pengukuran Variabel.....	28
3.3.1 Pandemi COVID-19.....	29
3.3.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah .....	31
3.4. Metode Analisis Data .....	33
3.5. Uji Kualitas Data .....	34
3.5.1. Uji Validitas .....	34
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	34
BAB IV .....	35
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	35
4.2. Hasil Uji Kualitas Data.....	41
4.2.1. Uji Validitas .....	41
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	45
4.3. Analisis Data.....	45
4.3.1. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM .....	45
4.3.2. Strategi yang Diterapkan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19	
62	
4.3.2.1. Strategi yang Diterapkan UMKM Untuk Menghadapi Perubahan	
Situasi Akibat Terjadinya Pandemi COVID-19.....	62
4.3.2.3. Adopsi Teknologi Informasi Sebelum dan Sejak Terjadi Pandemi	
COVID-19.....	65
4.3.2.4. Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan .....	71
4.3.3. Waktu yang Dibutuhkan Untuk Beradaptasi Dengan Situasi .....	75
4.3.4. Waktu yang Dibutuhkan Untuk Kembali Beroperasi .....	76
4.3.5. Bentuk Bantuan dari Pemerintah yang Diharapkan .....	77

BAB V.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	84
5.3. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	92



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Unit dan Tenaga Kerja UMKM dan UB di Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM.....	3
Tabel 2.1 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.....	24
Tabel 4.1 Hasil Rekapitulasi Responden .....	35
Tabel 4.2 Identitas Responden .....	36
Tabel 4.3 Hasil Pengolahan Terhadap Uji Validitas I.....	42
Tabel 4.4 Hasil Pengolahan Terhadap Uji Validitas II .....	44
Tabel 4.5 Hasil Pengolahan Terhadap Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4. 6 Identitas Responden yang Menutup Bisnis Sebagian .....	55
Tabel 4. 7 Masalah Operasional UMKM yang Menutup Bisnisnya Sebagian .....	56
Tabel 4. 8 Masalah Keuangan UMKM yang Menutup Bisnisnya Sebagian .....	57
Tabel 4. 9 Identitas Responden yang Menutup Bisnis Sepenuhnya .....	58
Tabel 4. 10 Masalah Operasional UMKM yang Menutup Bisnisnya Sepenuhnya .....	59
Tabel 4. 11 Masalah Keuangan UMKM yang Menutup Bisnisnya Sepenuhnya	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peta Persebaran COVID-19 Secara Global.....	4
Gambar 1.2	Peta Persebaran COVID-19 di Indonesia.....	6
Gambar 2.1	<i>Prevention, Preparedness, and Response</i> .....	13



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1 Grafik Perkembangan Kasus COVID-19 Pada Situasi Global.....	19
Grafik 2.2 Grafik Perkembangan Kasus COVID-19 di Indonesia.....	20
Grafik 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Klasifikasi Usaha.....	39
Grafik 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Wilayah Beroperasi.....	40
Grafik 4.3 Kegiatan Operasional UMKM Pada Masa Pandemi COVID-19 .....	46
Grafik 4.4 Masalah Operasional yang Dihadapi UMKM .....	47
Grafik 4.5 Masalah Keuangan yang Dihadapi UMKM .....	51
Grafik 4.6 Strategi Untuk Menghadapi Perubahan Situasi .....	62
Grafik 4.7 Strategi Keuangan yang Diterapkan UMKM .....	64
Grafik 4.8 Adopsi Teknologi Informasi UMKM, Sebelum dan Sejak Terjadi Pandemi COVID-19.....	66
Grafik 4.9 Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan .....	71
Grafik 4.10 Waktu yang Dibutuhkan Untuk Beradaptasi Dengan Situasi.....	75
Grafik 4.11 Waktu yang Dibutuhkan Untuk Kembali Beroperasi.....	76
Grafik 4.12 Bantuan dari Pemerintah yang Diharapkan Oleh UMKM .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	93
------------------	----

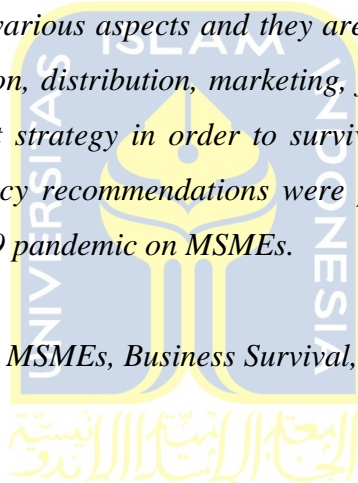




## **ABSTRACT**

*The coronavirus disease (COVID-19) pandemic has affected the global and Indonesian economy. Indonesian economy activities are dominated by Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs), so that we need to pay attention to this sector because MSMEs gives quite large contribute to the Indonesian economy. This research aims to analyze the impact of COVID-19 pandemic on MSMEs businesses and provide policy recommendations to help MSMEs in reducing business losses and survive during the COVID-19 pandemic. This research used primary data collected from 100 MSMEs operating in Indonesia by distributing an online questionnaire. The result indicate that most of the participating enterprises have been affected on various aspects and they are facing several issues such as raw material, production, distribution, marketing, financial, among others. Each MSMEs has a different strategy in order to survive. Based on the result of the research, different policy recommendations were proposed to ease the adverse effects of the COVID-19 pandemic on MSMEs.*

**Keywords :** COVID-19, MSMEs, Business Survival, Policy Recommendations.



## ABSTRAK

Pandemi *coronavirus* (COVID-19) telah memengaruhi perekonomian global dan perekonomian Indonesia. Kegiatan perekonomian Indonesia didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), oleh karena itu perlu diberikan perhatian khusus terhadap sektor ini karena UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM serta memberikan rekomendasi kebijakan pemerintah untuk membantu UMKM dalam mengurangi kerugian bisnis dan dapat bertahan selama masa pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari 100 UMKM yang beroperasi di Indonesia dengan menyebarkan kuesioner secara daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM yang berpartisipasi telah terkena dampak pada berbagai aspek, dan mereka menghadapi berbagai masalah antara lain mengenai bahan baku, produksi, distribusi, pemasaran, dan keuangan. Setiap UMKM memiliki strategi yang berbeda agar dapat bertahan. Berdasarkan hasil penelitian, berbagai rekomendasi kebijakan pemerintah diusulkan untuk meringankan dampak buruk dari pandemi COVID-19 pada UMKM.

**Kata Kunci :** COVID-19, UMKM, Kelangsungan Bisnis, Kebijakan Pemerintah.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang dianggap sebagai penopang ekonomi nasional, yang juga dikenal memiliki peran penting bagi perekonomian nasional. Hal ini didukung oleh pernyataan dari Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang menjelaskan bahwa terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM yang berkontribusi sebesar 97% terhadap penyerapan total tenaga kerja, dan berkontribusi sebesar 60% terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (depkop.go.id). Berikut data mengenai jumlah unit dan tenaga kerja UMKM dan Usaha Besar (UB) yang diberikan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Tabel 1.1

Jumlah Unit dan Tenaga Kerja UMKM dan UB di Indonesia  
Tahun 2015 Sampai Tahun 2018

Tahun		Unit Usaha (UMKM + UB)	Unit Usaha (UMKM)	Unit Usaha (UB)	Tenaga Kerja (UMKM + UB)	Tenaga Kerja (UMKM)	Tenaga Kerja (UB)
2015	Jumlah	59.267.759	59.262.772	4.987	127.423.438	123.229.387	4.194.051
	%		99,99	0,01		96,71	3,29
2016	Jumlah	61.656.547	61.651.177	5.370	116.273.356	112.828.610	3.444.746
	%		99,99	0,01		97,04	2,96
2017	Jumlah	62.928.077	62.922.617	5.460	120.260.177	116.431.224	3.828.953
	%		99,99	0,01		96,82	3,18
2018	Jumlah	64.199.606	64.194.057	5.550	120.598.138	116.978.631	3.619.507
	%		99,99	0,01		97,00	3,00

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2015 sampai tahun 2018 jumlah unit UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2016 tercatat sebanyak 61.651.177 unit UMKM yang ada di Indonesia, jumlah ini menunjukkan peningkatan sebesar 4,03% dari tahun sebelumnya. Tahun 2017 tercatat sebanyak 62.922.617 unit, meningkat sebesar 2,06% dari tahun sebelumnya. Dan tahun 2018 tercatat sebanyak 64.194.057 unit, meningkat sebesar 2,02% dari tahun sebelumnya. Terlebih lagi, jumlah unit UMKM mencapai angka 99,9% dari total unit usaha di Indonesia (unit UMKM+UB). Sementara itu dari sisi penyerapan tenaga kerja, UMKM mampu menyerap setidaknya 96% dari total tenaga kerja (tenaga kerja UMKM+UB) pada setiap tahunnya. Dengan banyaknya jumlah unit UMKM, artinya semakin banyak lapangan pekerjaan yang diciptakan dan tenaga kerja yang dibutuhkan. Perannya dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan tingginya angka penyerapan tenaga kerja menjadikan UMKM dianggap memiliki peran yang strategis untuk menekan angka pengangguran dan kemiskinan (Sarfiah, Atmaja, & Verawati, 2019).

Peran penting yang dimiliki oleh UMKM sebagai penopang ekonomi nasional juga dapat dilihat dari kontribusinya terhadap pembentukan PDB nasional. PDB merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara dalam suatu periode tertentu, baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan (bps.go.id).

Tabel 1.2

Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM  
Tahun 2015 Sampai Tahun 2018

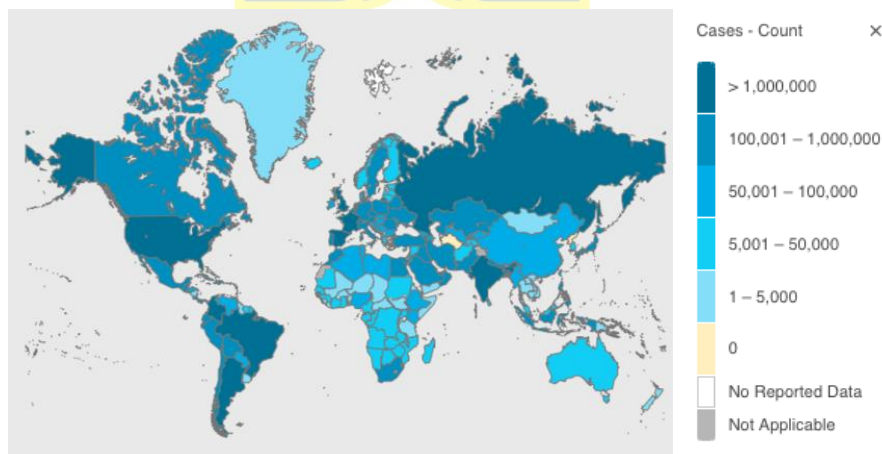
Tahun		PDB Atas Dasar Harga Berlaku (UMKM + UB)	PDB Atas Dasar Harga Berlaku (UMKM)	PDB Atas Dasar Harga Berlaku (UB)	PDB Atas Dasar Harga Konstan (UMKM + UB)	PDB Atas Dasar Harga Konstan (UMKM)	PDB Atas Dasar Harga Konstan (UB)
2015	Rp. Milyar	10.141.340	6.228.285	3.913.055	2.866.438	1.655.430	1.211.008
	%		61,41	38,59		57,75	42,25
2016	Rp. Milyar	11.712.450,6	7.009.283	4.703.167,6	9.045.739,5	5.171.063,6	3.874.675,9
	%		59,84	40,16		57,17	42,83
2017	Rp. Milyar	12.840.859	7.820.282	5.020.576,4	9.504.148,6	5.445.564,4	4.058.584,3
	%		60,90	39,10		57,30	42,70
2018	Rp. Milyar	14.038.598,5	8.573.895,3	5.464.703,2	9.995.305,9	5.721.148,1	4.274.157,9
	%		61,07	38,93		57,24	42,76

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Dapat dilihat pada tabel 1.2, pada pembentukan PDB atas dasar harga berlaku dan PDB atas dasar harga konstan, UMKM memberikan kontribusi dengan angka yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan angka yang dimiliki oleh UB pada setiap tahunnya. UMKM berkontribusi setidaknya 57% dari jumlah kontribusi PDB dunia usaha di Indonesia (UMKM+UB) dari tahun 2015 sampai tahun 2018. Dengan angka tersebut, UMKM memiliki peran penting dalam mendukung jalannya roda perekonomian. Data-data tersebut menunjukkan bahwa UMKM memainkan peranan besar bagi perekonomian di Indonesia sebagai penyedia lapangan pekerjaan, penyerap tenaga kerja, dan memberikan kontribusi pada pembentukan PDB.

Tidak ada satupun pelaku usaha yang dapat memastikan bahwa kegiatan operasional organisasi akan selalu berjalan sebagaimana yang telah direncanakan tanpa ada masalah, baik itu masalah yang ditimbulkan dari dalam maupun dari luar organisasi usaha. Faktor dari dalam organisasi seperti kelalaian karyawan dan kegagalan sistem, dan faktor dari luar organisasi seperti terjadinya bencana alam; terorisme; dan pandemi, dapat menimbulkan masalah bagi perusahaan.

*Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh jenis virus yang bernama *coronavirus*. Virus ini dapat menyebabkan infeksi pada saluran pernapasan pada manusia dan hewan. *World Health Organization* (WHO) menyatakan COVID-19 sebagai “pandemi” pada sebagian besar negara di dunia, termasuk di Indonesia. Pandemi didefinisikan sebagai wabah yang menyebar dan terjadi di wilayah yang sangat luas, melintasi batas internasional (Porta, 2014).



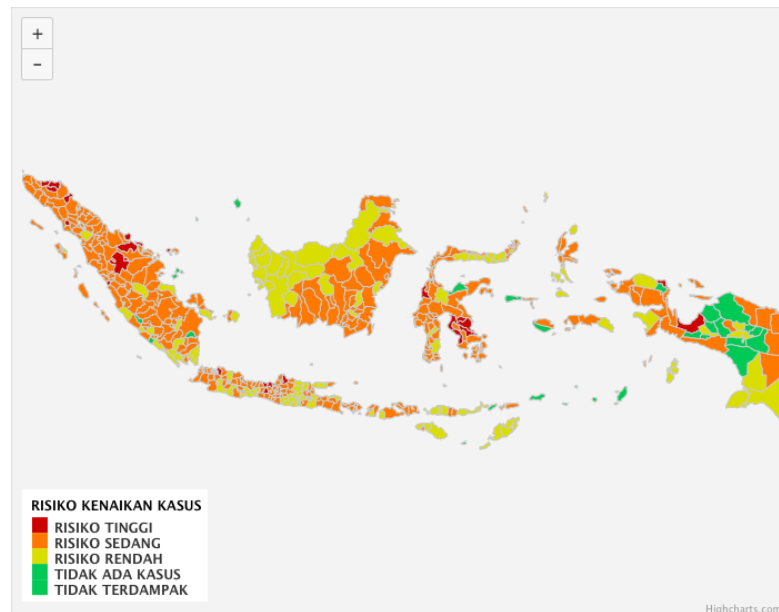
Sumber: WHO.

Gambar 1.1

Peta Persebaran COVID-19 Secara Global  
(Data bulan Desember 2020)

Sejak awal ditemukannya pada akhir tahun 2019, COVID-19 menyebar secara luas dan mengakibatkan terjadinya pandemi yang berlangsung hingga saat ini. Penyebaran COVID-19 telah meluas lintas wilayah dan diiringi dengan jumlah kasus yang terus bertambah setiap harinya. Hingga saat ini terhitung per tanggal 25 Desember 2020 12:00 GMT+7, WHO melaporkan angka kasus terkonfirmasi secara global mencapai angka 77.530.799 kasus dengan angka kematian sebanyak 1.724.904 yang tersebar di 222 wilayah di seluruh dunia.

Pandemi COVID-19 telah berdampak luas dan dalam kepada warga dunia, dimulai dari krisis kesehatan yang kemudian merambat ke krisis ekonomi. Laporan *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) menyebutkan bahwa pandemi ini menyebabkan krisis ekonomi besar yang ditandai dengan terhentinya aktivitas produksi di banyak negara, jatuhnya tingkat konsumsi dan kepercayaan masyarakat, jatuhnya bursa saham, yang pada akhirnya mengarah kepada ketidakpastian. Menurut Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Kebijakan Keuangan Negara Dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) Dan/Atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman Yang Membahayakan Perekonomian Nasional Dan/Atau Stabilitas Sistem Keuangan, saat ini pandemi COVID-19 di Indonesia telah menimbulkan kerugian material yang semakin besar, sehingga berimplikasi pada aspek sosial, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Pada aspek ekonomi, pandemi COVID-19 telah berdampak terhadap memburuknya sistem keuangan yang ditunjukkan dengan penurunan berbagai aktivitas ekonomi.



Sumber: Satuan Tugas Penanganan COVID-19.

Gambar 1.2

#### Peta Persebaran COVID-19 di Indonesia (Data bulan Desember 2020)

Merespon semakin bertambahnya kasus setiap harinya dan luasnya penyebaran COVID-19 yang kini hampir menyebar di seluruh wilayah Indonesia, pemerintah memberlakukan berbagai kebijakan demi memutus rantai penyebaran seperti karantina wilayah dan adanya pembatasan jaga jarak fisik antar perseorangan. Hal ini mengakibatkan pergerakan perekonomian dan mobilitas masyarakat terhenti sementara, diiringi dengan penurunan minat dan daya beli masyarakat, serta munculnya hambatan dalam proses produksi, yang mana hal ini juga dirasakan oleh UMKM. Dampak pandemi COVID-19 terhadap sektor UMKM tentu akan berpengaruh terhadap kondisi perekonomian Indonesia, mengingat UMKM memiliki peran dan kontribusi dalam menopang perekonomian Indonesia.



Perekonomian Indonesia pernah mengalami kondisi yang memburuk pada saat terjadi krisis ekonomi pada tahun 1998. Ketika krisis ekonomi terjadi pada tahun 1998, UMKM relatif mampu bertahan jika dibandingkan dengan perusahaan besar. Dan setelah melalui masa krisis, jumlah unit UMKM terus menunjukkan peningkatan hingga saat ini. Hal ini membuktikan kemampuannya bertahan di tengah guncangan perekonomian, dan menuju kearah perkembangan. Namun kondisi perekonomian pada krisis tahun 1998 dengan kondisi pandemi COVID-19 memiliki karakter yang berbeda. Hartomo (2020) menyatakan bahwa krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1998 lalu terjadi akibat adanya kombinasi masalah dari ekonomi dan politik yang terjadi di dalam negeri, sedangkan kondisi yang terjadi pada saat ini disebabkan oleh berbagai dimensi yang terjadi, antara lain virus itu sendiri; efek sosiopolitik dari upaya penekanan penyebaran virus; dan efek ekonominya. Selain itu, pada masa krisis tahun 1998 sektor UMKM masih bebas beraktivitas serta tidak ada pembatasan kegiatan sehingga kondisinya tidak begitu terpuruk. Lain halnya dengan masa pandemi COVID-19 yang aktivitas bisnisnya terbatas karena adanya imbauan dan kebijakan pemerintah, maupun kemauan dari pelaku UMKM itu sendiri, untuk melindungi diri dari paparan virus (Pardede dalam Karunia, 2020).

Penelitian ini berdasarkan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020) yang berjudul "*Impact of COVID-19 Pandemic on Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSMEs) Operating in Pakistan*". Adapun perbedaan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada penggunaan sampel dan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Penelitian terdahulu dilakukan kepada UMKM yang beroperasi di Pakistan, sedangkan penelitian ini dilakukan kepada UMKM yang beroperasi di Indonesia. Selain itu, pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner pada penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang kemudian disesuaikan dengan kebijakan yang diberlakukan dan kondisi pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia, juga ditambahkan dengan pertanyaan mengenai adanya adopsi teknologi sebelum dan sejak terjadinya pandemi COVID-19, dan pertanyaan mengenai Manajemen Kelangsungan Bisnis yang diterapkan oleh UMKM. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Indonesia”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana dampak pandemi COVID-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia untuk menghadapi pandemi COVID-19?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia, dan juga tujuan penelitian ini adalah untuk membantu pembuat kebijakan dan praktisi dalam mengidentifikasi strategi yang diperlukan untuk menanggapi dampak dari pandemi yang dirasakan oleh UMKM.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini dijadikan sebagai sarana penelitian ilmiah yang berkaitan dengan kasus nyata yang terjadi di lapangan, sehingga dapat menambah wawasan keilmuan, pemahaman, dan pengetahuan bagi penulis. Dan sebagai salah satu syarat sebagai tugas akhir di Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

#### **2. Bagi Penulis Lain**

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi, informasi pendukung, dan mengkaji topik-topik yang berkaitan untuk penelitian yang akan datang agar dapat melakukan penelitian yang lebih luas.

### 3. Bagi Pemilik atau Manajer UMKM

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan para pelaku; pemilik; atau manajer UMKM akan memperoleh pengetahuan mengenai penyebaran virus COVID-19 di Indonesia, dampaknya terhadap UMKM di Indonesia, dan strategi yang dapat diterapkan agar UMKM dapat terus menjalankan proses bisnis bahkan berkembang di tengah masa pandemi COVID-19.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam 5 (lima) bab, dimana setiap bab akan disusun secara sistematis untuk memperjelas pembahasan di dalam penelitian ini, sehingga sistematika yang dibutuhkan adalah:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Kajian Pustaka**

Bab ini berisi penjelasan pada dasar teori, penjelasan variabel dan penelitian terdahulu.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, populasi, dan sampel. Ditambah dengan metode pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel, serta metode analisis data.

### **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan deskripsi objek penelitian dan analisis yang kemudian hasilnya dapat dibuat kesimpulan sehingga menjadi saran.

## **BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya serta saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian. Bagian ini juga menjelaskan mengenai keterbatasan penelitian.



## BAB II

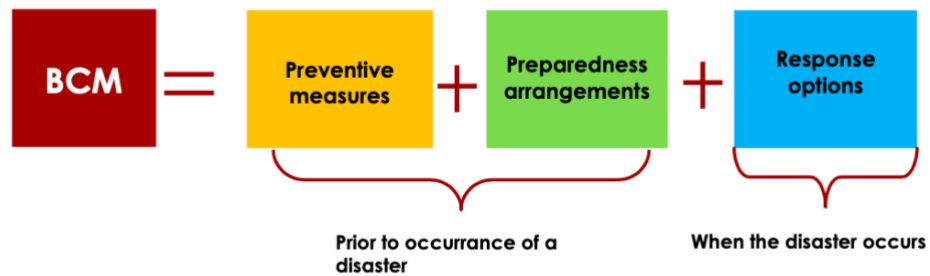
### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. Teori Business Continuity Management (BCM)

Dalam ISO 22300:2018 *Security and Resilience, Business Continuity Management* (BCM) didefinisikan sebagai proses manajemen *holistic* yang dapat menyediakan kerangka kerja untuk mengidentifikasi potensi ancaman, sehingga organisasi dapat membangun ketahanan mulai dari menyediakan langkah-langkah kebijakan, identifikasi risiko, struktur organisasi dan tanggung jawabnya, mekanisme kerja, serta prosedur operasional dalam upaya pemulihan aktivitas organisasi ketika terjadi bencana.

BCM bertujuan untuk memastikan ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan (Tammineedi, 2010) dan memaksimalkan stabilitas bisnis agar proses bisnis dapat secepat mungkin berjalan kembali normal ketika terjadi bencana, yang dapat berupa kegagalan teknologi informasi, kegagalan telekomunikasi, dan kejadian yang dapat mengancam kesehatan dan keselamatan karyawan (Draheim & Pirinen, 2011). Bencana yang dapat menyebabkan gangguan pada proses bisnis ini disebabkan oleh berbagai peristiwa seperti badai, gempa bumi, kebakaran gedung, banjir, terorisme, dan wabah penyakit (Hiles, 2010).



Sumber: *International Labour Organization (ILO)*.

Gambar 2.1

*Prevention, Preparedness, and Response*

Menurut *panduan Multi-hazard Business Continuity Management Guide for Small and Medium Enterprises* yang dikembangkan oleh ILO (2011), BCM terdiri dari tiga elemen yaitu (1) *preventive measures* atau tindakan pencegahan; (2) *preparedness arrangements* atau susunan persiapan; dan (3) *response options* atau pilihan respons. Elemen tindakan pencegahan dan susunan persiapan disusun dan dilakukan sebelum terjadinya bencana. Sedangkan pilihan respons merupakan elemen yang muncul ketika bencana terjadi.

1. Tindakan pencegahan digunakan untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya suatu risiko. Dapat dilakukan dengan kegiatan seperti merelokasi stok barang ke lokasi geografis dengan risiko bencana yang lebih rendah atau bahkan tidak ada.

2. Susunan persiapan bertujuan untuk mengantisipasi dampak yang diberikan, merancang respons atau tanggapan ketika terjadi bencana, dan mengkomunikasikan rencana yang telah disusun kepada para pemangku kepentingan (Kato & Charoenrat, 2018). Susunan persiapan dapat dilakukan dengan kegiatan seperti membuat catatan pemasok alternatif yang dapat memenuhi kebutuhan bahan baku yang dibutuhkan ketika terjadi bencana, dan membuat kontak pertama dengan mereka.
3. Bentuk dari pilihan respons ketika terjadi bencana adalah seperti menghubungi pemasok alternatif yang telah dihubungi pada saat fase susunan persiapan.

Terdapat sepuluh langkah yang dapat dilakukan dalam mengimplementasikan BCM. Langkah 1-8 disusun sebelum terjadi bencana, langkah 9 berlangsung selama terjadi bencana, dan langkah 10 berlangsung setelah terjadi bencana (ILO, 2011). Sepuluh langkah tersebut antara lain:

Langkah 1: Tentukan prioritas bisnis.

Proses BCM dimulai dengan menentukan produk dan layanan mana yang penting dan harus diprioritaskan agar fungsi bisnis dapat tetap berjalan pada saat terjadi bencana, dan setelahnya.



Langkah 2: Identifikasi aset prioritas.

Organisasi yang mengimplementasikan BCM harus mengidentifikasi aset mana yang penting dan menjadi prioritas. Dalam hal ini Sumber Daya Manusia, bahan baku, segala jenis peralatan, teknologi, alat informasi dan komunikasi, dan kendaraan juga termasuk dalam aset yang perlu diidentifikasi.

Langkah 3: Identifikasi waktu kritis kegiatan operasi.

Waktu kritis yang diidentifikasi termasuk di dalamnya kegiatan operasi yang dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat dan toleransi periode waktu henti (*downtime*).

Langkah 4: Buat pemetaan area risiko internal dan eksternal yang dapat berdampak pada input bisnis.

Penting bagi organisasi untuk mengantisipasi bagaimana dampak dari bencana tersebut dan risiko apa yang mungkin akan terjadi. Hal ini dilakukan untuk menilai apakah sekiranya ada asuransi yang sesuai bagi organisasi yang dapat menutup kerugian finansial dan kerugian lainnya. Strategi ini memungkinkan organisasi untuk dapat membiayai aktivitas bisnis yang dimulai kembali.

Langkah 5: Siapkan serangkaian kemungkinan skenario yang mungkin terjadi.

Skenario yang dimaksud adalah deskripsi asumsi atau perkiraan dari situasi yang mungkin terjadi. Skenario ini berguna untuk merefleksikan bagaimana organisasi harus bertindak dalam situasi tersebut.

Langkah 6: Rancang dan validasi *Business Continuity Plan* (BCP).

Hal ini dilakukan untuk menghindari atau setidaknya meminimalkan terjadinya hal yang tidak diinginkan selama terjadi bencana. BCP yang dirancang perlu disimulasikan terlebih dahulu dan kemudian disesuaikan dengan hasil simulasi agar hasilnya maksimal.

Langkah 7: Rancang dan jalankan prosedur komunikasi.

Rencana yang telah disusun harus dikomunikasikan kepada para pemangku kepentingan untuk memastikan semua individu mengetahui peran mereka masing-masing. Pemangku kepentingan yang dimaksud disini termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, dan masyarakat sekitar.

Langkah 8: Rancang dan berikan pelatihan mengenai BCM.

Pelatihan perlu dilakukan agar kemudian dapat disesuaikan dengan fungsi atau departemen terkait.

Langkah 9: Operasikan perencanaan yang telah dirancang pada BCP.

Kemungkinan penyesuaian perlu dilakukan seiring proses berjalan dan situasi di sekitar organisasi berkembang.

Langkah 10: Kumpulkan pelajaran yang didapat, dan sesuaikan BCP.

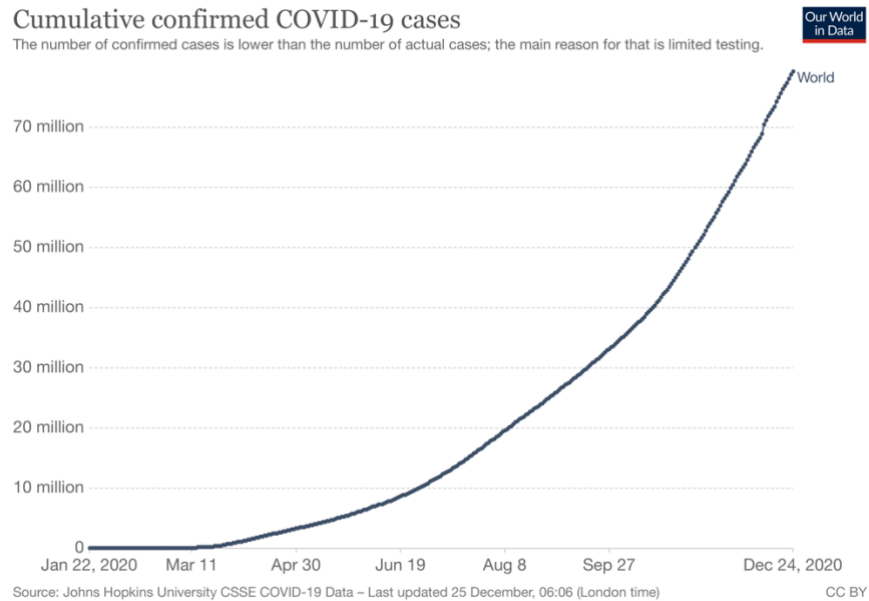
Pada akhirnya, ketika implementasi rencana selesai, pelajaran yang didapat ketika proses implementasi harus disesuaikan dengan BCP untuk menghasilkan rencana yang lebih baik.

Adapun keuntungan yang didapat dari mengaplikasikan BCM, menurut ILO (2011) adalah sebagai berikut:

1. Memiliki rencana untuk menangani peristiwa yang dapat mengganggu proses bisnis organisasi;
2. Dapat mengungkapkan perbedaan antara rencana yang telah diperkirakan akan terjadi, dan bagaimana eksekusinya;
3. Dapat menghasilkan gagasan mengenai cara kerja yang lebih efisien;
4. Menunjukkan bahwa organisasi siap untuk beroperasi dan memberikan layanan meskipun dalam keadaan yang sulit;
5. Menunjukkan kepedulian terhadap para pekerja dan klien; dan
6. Menunjukkan standar profesionalitas yang tinggi.

### 2.1.2. Pandemi COVID-19 di Dunia dan di Indonesia

COVID-19 ialah akronim dari *Corona Virus Disease*, dan angka 19 merujuk pada tahun kemunculan wabah, yaitu pada akhir tahun 2019. *World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis virus yang bernama *coronavirus*. Orang dengan kekebalan tubuh yang lemah lebih rentan terhadap serangan virus ini. Selain itu, kondisi musim juga mungkin berpengaruh. Banyak orang yang terinfeksi virus ini, setidaknya satu kali dalam hidupnya (halodoc.com). Virus *corona* dapat berpindah melalui lendir dan air liur yang mengandung partikel virus yang keluar melalui hidung dan mulut orang yang terinfeksi virus, yang kemudian terhirup oleh orang yang sehat. Virus juga dapat menyebar secara tidak langsung melalui benda-benda yang terkena tetesan atau *droplet* maupun sentuhan tangan dari orang yang tercemar virus (covid19.go.id). Menurut Soto (2020), virus corona merupakan *zoonotic diseases* atau penyakit zoonosis, yaitu penyakit yang dapat menular dari hewan ke manusia, atau sebaliknya. Grafik pertumbuhan dan angka kasus terkonfirmasi COVID-19 pada situasi global disajikan pada grafik 2.1 seperti berikut:

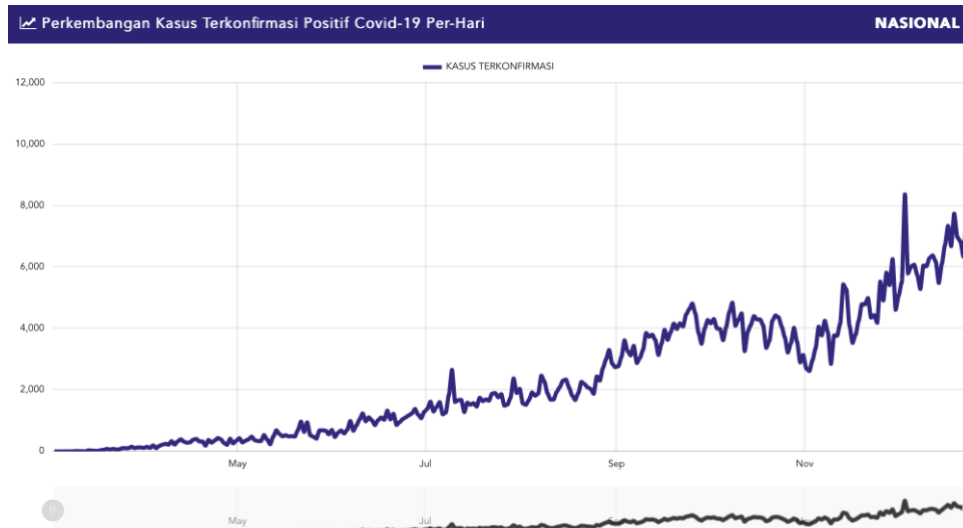


Sumber: *Our World in Data.*

Grafik 2.1

**Grafik Perkembangan Kasus COVID-19 Pada Situasi Global  
 (Per 25 Desember 2020)**

Berdasarkan grafik 2.1, dapat dilihat bahwa kasus terkonfirmasi COVID-19 secara global terus mengalami kenaikan dari awal kemunculannya. Bermula dari kejadian luar biasa yang terjadi di Kota Wuhan, Tiongkok, pada 31 Desember 2019, dilaporkan bahwa kasus COVID-19 menyebar dengan sangat cepat dalam waktu yang singkat di seluruh belahan dunia. Akibatnya, WHO menyatakan COVID-19 sebagai “pandemi” di sebagian besar negara, termasuk di Indonesia, pada 11 Maret 2020. Per 25 Desember 2020, WHO melaporkan sebanyak 77.530.799 kasus terkonfirmasi dengan jumlah korban meninggal mencapai angka 1.724.904 di 222 wilayah di seluruh dunia.



Sumber: Satuan Tugas Penanganan COVID-19.

Grafik 2.2

### Grafik Perkembangan Kasus COVID-19 di Indonesia (Per 25 Desember 2020)

Pemerintah Pusat melalui Keputusan Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Nomor 13 A tahun 2020 Tentang Perpanjangan Status Keadaan Tertentu Darurat Bencana Wabah Penyakit Akibat Virus *Corona* di Indonesia menetapkan status “Darurat Bencana Corona” sejak tanggal 29 Februari 2020. Hal ini dilakukan dalam rangka merespon penyebaran COVID-19 yang semakin meluas di berbagai belahan dunia, sekaligus mencegah penyebaran yang tidak terkendali di Indonesia.

Kasus COVID-19 pertama di Indonesia ditemukan pada awal bulan Maret 2020. Dua Warga Negara Indonesia (WNI) pasien COVID-19 ini diberitakan berstatus positif COVID-19 setelah melakukan kontak langsung dengan Warga Negara Asing (WNA) asal Jepang yang setelah ditelusuri,

ternyata mereka lebih dulu menderita penyakit tersebut ([indonesia.go.id](http://indonesia.go.id)). Sejak hari itu, dilaporkan kasus positif semakin bertambah setiap harinya. Hingga kini terhitung per tanggal 25 Desember 2020, Satuan Tugas Penanganan COVID-19 melaporkan kasus positif mencapai 700.097 kasus, dengan angka sembuh sebanyak 570.304, dan jumlah korban meninggal mencapai angka 20.847, yang tersebar di 34 Provinsi di Indonesia.

Pemerintah Indonesia berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) telah menyatakan COVID-19 sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat yang wajib dilakukan upaya penanggulangan. Menyikapi hal tersebut, pemerintah menerapkan beberapa kebijakan untuk mencegah terjadinya penularan virus corona yang semakin meluas, antara lain:

#### 1. Jaga Jarak Fisik

Jaga jarak fisik atau yang lebih sering dikenal dengan istilah *physical distancing* merupakan upaya yang dilakukan untuk mencegah penyebaran virus *corona* di masyarakat. Jaga jarak fisik dilakukan dengan cara menjaga jarak lebih dari satu meter dengan orang lain. Dengan kata lain, jaga jarak fisik merupakan anjuran agar masyarakat tidak berdekatan dan tidak berkumpul antar satu sama lain ([covid.go.id](http://covid.go.id)).

## 2. Karantina Wilayah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Keekarantinaan Kesehatan, karantina wilayah adalah pembatasan penduduk dalam suatu wilayah termasuk wilayah Pintu Masuk beserta isinya yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi.

## 3. Pembatasan Sosial Berskala Besar

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19), Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi COVID-19 sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran COVID-19. Pasal 13 menyatakan bahwa Pelaksanaan PSBB meliputi:

- a. Peliburan sekolah dan tempat kerja;
- b. Pembatasan kegiatan keagamaan;
- c. Pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum;
- d. Pembatasan kegiatan sosial dan budaya;
- e. Pembatasan moda transportasi; dan
- f. Pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan.



### **2.1.3. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Terbentuknya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mengatur tentang hal-hal yang berkaitan dengan UMKM antara lain kriteria, prinsip dan tujuan pemberdayaan, pendanaan, perizinan usaha, pembiayaan dan penjaminan, dukungan kelembagaan, hingga sanksi administratif dan ketentuan pidana bagi UMKM, merupakan bentuk dari perhatian yang diberikan oleh pemerintah kepada UMKM.

Mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Bab I (Ketentuan Umum) Pasal 1, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Sedangkan kriteria yang memenuhi tiap skala UMKM diatur menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Bab IV (Kriteria) Pasal 6, sebagai berikut:

Tabel 2.1  
Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Skala Usaha	Kriteria	
	Kekayaan Bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Hasil Penjualan
Mikro	Paling banyak Rp 50 Juta	Paling banyak Rp 300 Juta
Kecil	Lebih dari Rp 50 Juta sampai dengan paling banyak Rp 500 Juta	Lebih dari Rp 300 Juta sampai dengan paling banyak Rp 2,5 Milyar
Menengah	Lebih dari Rp 500 Juta sampai dengan paling banyak Rp 10 Milyar	Lebih dari Rp 2,5 Milyar sampai dengan paling banyak Rp 50 Milyar

Sumber: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020) bertujuan untuk menilai dampak dari pandemi COVID-19 terhadap UMKM yang beroperasi di Pakistan, serta memberi rekomendasi kebijakan untuk membantu UMKM dalam mengurangi kerugian bisnis sehingga dapat bertahan melewati krisis yang sedang terjadi. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang beroperasi di Pakistan yang terdiri dari provinsi Sindh, Punjab, Khyber Pakhtunkhwa, Islamabad Capital Territory (ICT), Gilgit-Baltistan, Azad Jammu & Kashmir, dan Balochistan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 berdampak signifikan pada 94,57% UMKM yang berpartisipasi, sedangkan 3,26% lainnya menyatakan bahwa mereka tidak merasakan dampak dari pandemi COVID-19, dan 2,17% lainnya menyatakan bahwa mereka tidak yakin akan dampak yang diberikan. UMKM yang berpartisipasi pada penelitian ini menghadapi berbagai masalah baik itu masalah operasi maupun masalah keuangan. Antara lain pembatasan mobilitas tenaga kerja, penurunan permintaan, penurunan penjualan, pembatalan pesanan ekspor, gangguan rantai pasokan, kekurangan bahan baku, masalah keuangan, dan gangguan transportasi. Selain itu, lebih dari 83% UMKM yang berpartisipasi menyatakan bahwa mereka tidak memiliki rencana untuk menghadapi situasi ini.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Lakuma, C. P., Sunday, N., Sserunjogi, B., Kahunde, R., & Munyambonera E. (2020). Meskipun angka kasus terkonfirmasi COVID-19 di Uganda lebih rendah jika dibandingkan dengan negara lain, kebijakan yang diterapkan untuk mencegah penyebaran virus telah mempengaruhi aktivitas bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana dampak pandemi COVID-19 terhadap sektor bisnis yang beroperasi di Uganda, termasuk didalamnya usaha mikro, kecil, menengah, dan usaha besar. Usaha mikro dan kecil dilaporkan mengalami penurunan aktivitas usaha yang lebih besar dibandingkan dengan usaha menengah dan besar. Hasil penelitian menunjukkan pandemi COVID-19 dan kebijakan yang dilakukan untuk merespon pandemi tersebut telah berdampak signifikan pada sektor bisnis yang beroperasi di Uganda. Dampak yang dirasakan antara lain adalah aktivitas bisnis yang menurun hingga lebih dari 50%, akses bahan baku terhambat, harga bahan baku pada sektor manufaktur dan jasa menjadi lebih mahal, adanya tambahan biaya operasional untuk fasilitas kesehatan, permintaan pelanggan menurun, adanya pengurangan jumlah karyawan, adanya perubahan gaji karyawan, adanya kompensasi bagi karyawan dalam rangka penutupan bisnis sementara, adanya perubahan kemampuan membayar pinjaman, dan memperburuk kendala kredit maupun likuiditas bagi UMKM.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang diambil dalam kuesioner pada penelitian ini adalah meliputi seluruh pemilik atau manajer UMKM yang beroperasi di Indonesia. Dengan sampel yaitu seorang pemilik atau manajer dari UMKM yang beroperasi di Indonesia dan telah beroperasi sejak sebelum terjadinya pandemi COVID-19.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2013), teknik *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun jenis teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan adalah teknik *Convenience Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013).

#### 3.2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer sebagai sumber data. Adapun data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuesioner dalam bentuk *google form* yang dibagikan secara *online* melalui media sosial. Kuesioner diberikan kepada pemilik atau manajer UMKM yang memenuhi kriteria. Jumlah responden yang diambil adalah 100 responden

dengan kriteria seorang pemilik atau manajer dari UMKM yang beroperasi di Indonesia dan telah beroperasi sejak sebelum terjadinya pandemi COVID-19.

Kuesioner yang akan disebar kepada responden terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Bagian yang mengungkapkan data demografi responden, meliputi jabatan, jenis kelamin, usia, klasifikasi usaha, kategori usaha, lama perusahaan berdiri, dan wilayah beroperasi.
2. Bagian yang mengungkapkan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan variabel yang diuji dalam penelitian.

### **3.3. Definisi dan Pengukuran Variabel**

Skala pengukuran yang digunakan untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap butir pertanyaan pada kuesioner penelitian ini menggunakan Skala Guttman, yaitu skala yang digunakan dalam sebuah penelitian ketika ingin mendapat jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Pilihan jawaban yang dapat digunakan contohnya seperti “Ya–Tidak”, “Benar–Salah”, “Pernah–Tidak Pernah” dan lain-lain (Sugiyono, 2013). Pada skala ini, untuk memberikan tanggapan, responden menjawab pertanyaan dengan memilih satu jawaban dari pilihan jawaban yang disediakan. Pilihan jawaban dari setiap item pertanyaan pada kuesioner penelitian ini memiliki makna sebagai berikut:

- a. Ya : menggambarkan kondisi yang dialami oleh responden.
- b. Tidak : tidak menggambarkan kondisi yang dialami oleh responden.

### 3.3.1 Pandemi COVID-19

COVID-19 merupakan suatu penyakit menular yang awal mulanya mewabah di Kota Wuhan, Tiongkok pada bulan Desember 2019. Dengan penyebaran yang sangat cepat, saat ini COVID-19 telah menjadi pandemi yang terjadi di seluruh belahan dunia, termasuk di Indonesia (WHO). Untuk memutus rantai penyebaran COVID-19, pemerintah di Indonesia memberlakukan beberapa kebijakan antara lain jaga jarak fisik, karantina wilayah, dan PSBB yang dapat menimbulkan adanya pembatasan aktivitas masyarakat. Pembatasan aktivitas selama masa pandemi COVID-19 ini memberikan dampak pada kegiatan di berbagai sektor, termasuk sektor bisnis UMKM.

Dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM akan diukur melalui pertanyaan yang mencakup identifikasi masalah yang dihadapi, dampak yang dirasakan pada segi keuangan, serta adanya adopsi teknologi sebelum dan sejak terjadi pandemi COVID-19. Pertanyaan pada kuesioner dikutip dari penelitian yang dilakukan oleh Lakuma et al. (2020) dan Shafi et al. (2020) yang disesuaikan dengan kebijakan yang diberlakukan dan kondisi pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia.

Identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM selama masa pandemi COVID-19 diukur menggunakan pertanyaan sebagai berikut:

No.	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Hambatan memperoleh bahan baku.	Lakuma et al. (2020)
2.	Harga bahan baku naik.	
3.	Penurunan permintaan pelanggan.	
4.	Pengiriman barang menjadi lebih lama.	Shafi et al. (2020), modifikasi
5.	Hambatan dalam proses produksi.	
6.	Biaya pengiriman mengalami kenaikan.	Dari peneliti.
7.	Hambatan pemasaran secara langsung.	
8.	Hambatan mengidentifikasi calon pelanggan.	

Sedangkan, dampak pada segi keuangan diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

No.	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Hambatan membayar kewajiban.	Lakuma et al. (2020), modifikasi
2.	Kenaikan <i>expense</i> .	
3.	Penurunan penjualan.	Shafi, et al. (2020)
4.	Penurunan nilai aset.	Dari peneliti.
5.	Hambatan dalam memperoleh modal.	
6.	Penurunan nilai investasi.	

Sementara itu, pertanyaan mengenai adanya adopsi teknologi sebelum dan sejak terjadi pandemi COVID-19 ditujukan untuk menganalisis bagaimana perkembangan mengenai pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan oleh UMKM. Davish dan Olson (1985) dalam Setyawati, Nimran, Zulkhirom, & Kumadji (2014) mendefinisikan adopsi teknologi informasi seperti penggunaan *hardware* dan *software* untuk mendukung kegiatan operasi, manajemen, dan pengambilan keputusan dalam bisnis. Pada kuesioner penelitian ini, diajukan pertanyaan mengenai penggunaan *hardware* melalui pemanfaatan alat pembayaran digital, sedangkan



penggunaan *software* diajukan pertanyaan melalui pemanfaatan media sosial, *marketplace*, situs web, dan aplikasi. Pertanyaan mengenai adopsi teknologi oleh UMKM diukur dengan pertanyaan sebagai berikut:

No.	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Memanfaatkan media sosial.	Dari peneliti.
2.	Memanfaatkan <i>marketplace</i> .	
3.	Menggunakan alat pembayaran digital.	
4.	Memiliki situs web.	
5.	Memiliki aplikasi.	

### 3.3.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Agar dapat tetap beroperasi di tengah masa pandemi COVID-19, para pelaku UMKM harus menerapkan protokol kesehatan yang ketat dan menaati kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah. Kebijakan pemerintah yang mengutamakan kesehatan seperti jaga jarak fisik, karantina wilayah, dan PSBB yang diberlakukan di beberapa wilayah memberikan dampak pada penutupan akses langsung sebagaimana seperti biasanya, sehingga akan mempengaruhi kegiatan bisnis, yang bermuara pada adanya perubahan pada kinerja UMKM.

Kinerja UMKM pada saat pandemi COVID-19 akan diukur melalui pertanyaan yang mencakup strategi yang diterapkan untuk menghadapi perubahan situasi, strategi keuangan yang diterapkan untuk menghadapi masalah keuangan, dan bagaimana UMKM menerapkan manajemen kelangsungan bisnis. Pertanyaan pada kuesioner dikutip dari penelitian yang dilakukan oleh Lakuma et al. (2020) dan Shafi et al. (2020) yang disesuaikan dengan kebijakan yang diberlakukan dan kondisi pandemi COVID-19 yang

terjadi di Indonesia. Selain itu, pertanyaan yang terkait dengan identifikasi masa pemulihan yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan situasi, waktu yang dibutuhkan untuk kembali beroperasi secara normal, dan bentuk bantuan dari pemerintah yang dibutuhkan oleh UMKM selama masa pandemi COVID-19 juga akan ditanyakan.

Strategi yang diterapkan untuk menghadapi perubahan situasi selama masa pandemi COVID-19 diukur menggunakan pertanyaan sebagai berikut:

No.	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Memfasilitasi alat kesehatan karyawan.	Lakuma et al. (2020), modifikasi
2.	Mengubah jenis kategori usaha.	Shafi et al. (2020)
3.	Menerapkan sistem bekerja dari rumah.	
4.	Mengurangi jumlah karyawan.	
5.	Memanfaatkan teknologi.	Dari peneliti.

Sementara itu, strategi keuangan yang diterapkan untuk mengatasi masalah keuangan yang timbul selama masa pandemi COVID-19 diukur menggunakan pertanyaan sebagai berikut:

No.	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Menutup bisnis sebagian.	Shafi et al. (2020)
2.	Menutup bisnis sepenuhnya.	
3.	Mengurangi gaji karyawan.	
4.	Mengajukan pinjaman.	
5.	Melakukan alokasi aset.	Dari peneliti.
6.	Menurunkan harga produk atau jasa.	

Merespon adanya perubahan kondisi yang terjadi akibat terjadinya pandemi COVID-19, para pemilik usaha harus mengambil langkah yang tepat demi menjaga usaha dan juga karyawannya. Hal ini membuat pemilik usaha tergerak untuk menerapkan BCM atau manajemen kelangsungan bisnis (Simbolon, 2020). Manajemen kelangsungan bisnis yang diterapkan oleh UMKM diukur menggunakan pertanyaan sebagai berikut:

No.	Item Pertanyaan	Sumber
1.	Mempunyai skenario bertahan.	ILO (2011)
2.	Mengidentifikasi aset prioritas.	
3.	Memastikan pemasok dapat memenuhi bahan baku.	
4.	Melakukan sosialisasi mengenai rencana kelangsungan bisnis.	
5.	Melakukan sosialisasi mengenai kesadaran tentang prosedur darurat.	
6.	Menjamin keamanan dan keselamatan karyawan.	
7.	Memberikan perlindungan pada perusahaan.	(Kato & Charoenrat, 2018)
8.	Melakukan penilaian resiko.	
9.	Mencadangkan dokumen dan data.	
10.	Memastikan tidak ada hambatan komunikasi.	

#### 3.4. Metode Analisis Data

Data penelitian ini diolah menggunakan program SPSS *Statistics* versi 25. Skala yang digunakan untuk memberikan tanggapan pada setiap pertanyaan menggunakan Skala Guttman, terdapat dua pilihan jawaban yaitu “Ya” dan “Tidak”, sesuai dengan kondisi yang dialami oleh responden. Untuk jawaban “Ya” diberi skor 1 dan “Tidak” diberi skor 0.

### **3.5. Uji Kualitas Data**

#### **4.3.1.1. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2013), uji validitas merupakan sebuah proses yang menguji apakah sebuah alat ukur telah mampu mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.

Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah uji Korelasi Pearson. Kriteria yang digunakan untuk pengujian validitas data adalah sebagai berikut: jika nilai  $r$  (koefisien korelasi) hasil perhitungan,  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Sedangkan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, butir pernyataan tersebut tidak valid (Ghozali, 2013).

#### **4.3.1.2. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2013), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas adalah suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk mengukur konsisten atau tidaknya jawaban seseorang selaku responden terhadap butir-butir pertanyaan yang ada di dalam kuesioner.

Setelah data dikumpulkan, uji reliabilitas dilakukan dengan melakukan penilaian menggunakan Cronbach's Alpha. Ghozali (2013) mengatakan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach's Alpha  $>$  0,60.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Hasil penelitian diperoleh dari lembar kuesioner yang telah disebar kepada pemilik dan manajer UMKM yang beroperasi di Indonesia, termasuk provinsi Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Jambi, Kepulauan Bangka Belitung, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta, Bali, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Timur, dan Kalimantan Selatan. UMKM yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian ini merupakan UMKM yang bergerak di berbagai bidang, termasuk makanan dan/atau minuman, pakaian, penyedia jasa, pertanian, swalayan, serta travel dan pariwisata. UMKM tersebut dipilih sebagai sampel karena memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Sebanyak 110 kuesioner disebar secara *online* melalui media sosial WhatsApp dan Instagram kepada pemilik dan manajer UMKM. Ringkasan mengenai penyebaran kuesioner disajikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1

#### Hasil Rekapitulasi Responden

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang memenuhi kriteria	100

Sumber: Hasil olah data, 2020.

Kuesioner yang memenuhi kriteria berjumlah 100 kuesioner, sehingga kuesioner yang digunakan untuk olah data adalah 100 kuesioner. Terkait deskripsi mengenai identitas responden disajikan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Identitas Responden

<b>Data Deskriptif</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>Posisi Kerja</b>	Pemilik	85	85%
	Manajer	15	15%
	Total	100	100%
<b>Jenis Kelamin</b>	Perempuan	56	56%
	Laki-laki	44	44%
	Total	100	100%
<b>Usia</b>	17 - 25	79	79%
	26 - 35	10	10%
	36 - 45	4	4%
	46 - 55	3	3%
	> 55	4	4%
	Total	100	100%
<b>Klasifikasi Usaha</b>	Usaha Mikro (Aset s/d 50 Juta atau Omzet s/d Rp 300 Juta per tahun)	66	66%
	Usaha Kecil (Aset > 50 Juta s/d 500 Juta atau Omzet > Rp 300 Juta s/d Rp 2,5 Miliar per tahun)	25	25%
	Usaha Menengah (Aset > 500 Juta s/d 10 Miliar atau Omzet > Rp 2,5 Miliar s/d Rp 4,5 Miliar per tahun)	9	9%
	Total	100	100%

Tabel 4.2  
Identitas Responden (lanjutan)

<b>Data Deskriptif</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<b>Kategori Usaha</b>	Makanan dan/atau Minuman	44	44%
	Pakaian	38	38%
	Jasa Titip	4	4%
	Jasa Bengkel Mobil	2	2%
	Jasa Seni	2	2%
	Travel dan Pariwisata	2	2%
	Event Organizer	1	1%
	Florist	1	1%
	Kerajinan Tangan	1	1%
	Mebel	1	1%
	Pangkas Rambut	1	1%
	Pemberdayaan	1	1%
	Pertanian	1	1%
	Swalayan	1	1%
	Total	100	100%
<b>Lama Perusahaan Berdiri</b>	< 2 tahun	50	50%
	2 – 5 tahun	28	28%
	> 5 tahun	22	22%
	Total	100	100%
<b>Wilayah Beroperasi</b>	Daerah Istimewa Yogyakarta	33%	33%
	Jawa Timur	18	18%
	Jawa Tengah	8	8%
	Jawa Barat	7	7%
	DKI Jakarta	7	7%
	Banten	6	6%
	Sumatera Barat	5	5%
	Riau	4	4%
	Nusa Tenggara Barat	2	2%
	Kalimantan Timur	2	2%
	Kalimantan Selatan	2	2%
	Sumatera Utara	1	1%
	Kepulauan Riau	1	1%
	Jambi	1	1%
	Kepulauan Bangka Belitung	1	1%
	Lampung	1	1%
	Bali	1	1%
	Total	100	100%

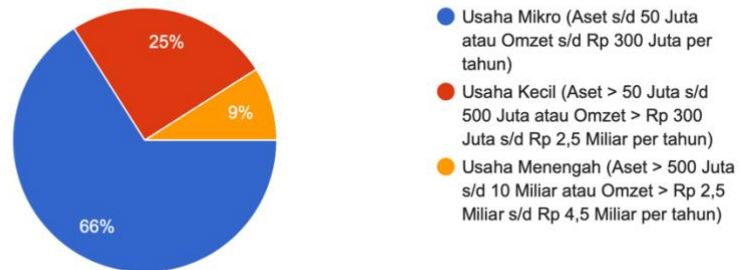
Sumber: Hasil olah data, 2020.

Setelah diolah, diperoleh data sebagai berikut. Posisi kerja responden terbanyak adalah bekerja selaku pemilik dari UMKM yaitu sebesar 85%, dan 15% lainnya merupakan manajer dari UMKM. Berdasarkan jenis kelamin, 56% berjenis kelamin perempuan dan 44% lainnya berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia antara 17 sampai 25 tahun yaitu sebesar 79%, 10% berusia antara 26 sampai 35 tahun, 4% berusia antara 46 sampai 55 tahun, dan 4% lainnya berusia di atas 55 tahun.

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Bab IV (Kriteria) Pasal 6, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi tiga menurut skala usaha dengan kriteria yang berbeda yang memenuhi tiap skala masing-masing. Responden yang berpartisipasi pada penelitian ini memiliki skala usaha yang berbeda-beda, baik itu usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah. Adapun identitas responden berdasarkan skala usaha yang merujuk pada kriteria yang telah diatur pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pada Bab IV (Kriteria) Pasal 6 dapat diklasifikasikan dan disajikan pada grafik 4.1 sebagai berikut:



Klasifikasi Usaha  
100 responses



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.1

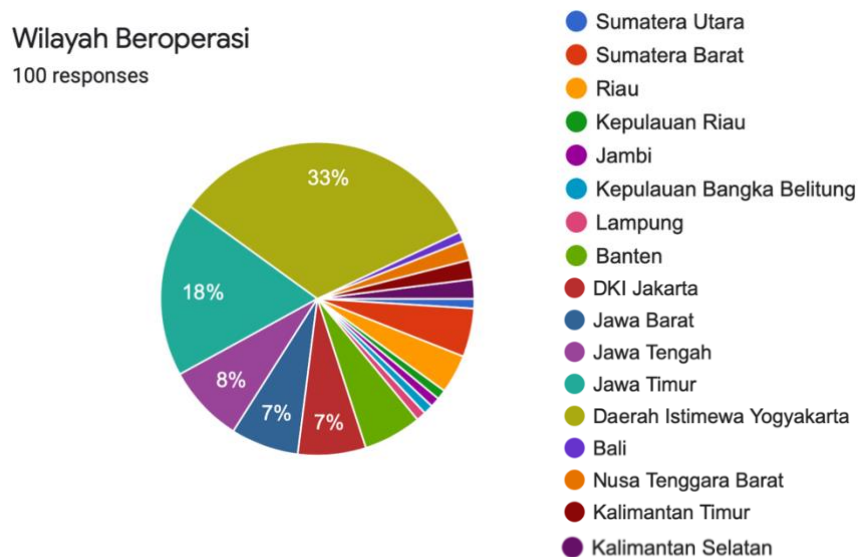
#### Identitas Responden Berdasarkan Klasifikasi Usaha

Berdasarkan klasifikasi usaha menurut skala usaha, responden yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian ini 66% diantaranya merupakan UMKM dengan skala mikro, 25% UMKM dengan skala kecil, dan 9% lainnya merupakan UMKM dengan skala menengah.

Dari tabel 4.2 mengenai identitas responden, dapat dijelaskan bahwa kategori usaha terbanyak adalah makanan dan/atau minuman yaitu 44%. Sementara itu kategori usaha pakaian 35%. Usaha yang bergerak di bidang jasa titip 4%. Kategori usaha jasa bengkel mobil, jasa seni, serta travel dan pariwisata masing-masing 2%. Dan usaha yang bergerak di bidang *event organizer*, *florist*, kerajinan tangan, mebel, pangkas rambut, pemberdayaan, pertanian, dan swalayan masing-masing 1%.

Sementara itu berdasarkan usia perusahaan atau lama perusahaan berdiri, setengah diantaranya yaitu 50% memiliki usaha yang telah berdiri kurang dari 2 tahun, 28% telah berdiri antara 2 sampai 5 tahun, dan 22% lainnya telah berdiri lebih dari 5 tahun.

Kuesioner penelitian ini telah dibagikan kepada pemilik dan manajer UMKM yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia, identitas responden berdasarkan wilayah beroperasi disajikan pada grafik 4.2 sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.2

Identitas Responden Berdasarkan Wilayah Beroperasi

Setelah data diolah, didapat data mengenai identitas responden berdasarkan wilayah beroperasi sebagaimana disajikan pada grafik 4.2. Berdasarkan grafik di atas, dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini, responden beroperasi di 17 provinsi yang berbeda, antara lain Daerah Istimewa Yogyakarta (33%), Jawa Timur (18%), Jawa Tengah (8%), Jawa Barat dan DKI Jakarta (masing-masing 7%), Banten (6%), Sumatera Barat (5%), Riau (4%), Nusa Tenggara Barat dan Kalimantan Timur serta Kalimantan Selatan (masing-masing 2%), dan Sumatera Utara; Kepulauan Riau; Jambi; Kepulauan Bangka Belitung; Lampung; dan Bali (masing-masing 1%).

## 4.2. Hasil Uji Kualitas Data

### 4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat pada hasil analisis korelasi bivariate pada kolom *correlation* dengan menggunakan *software SPSS Statistics* versi 25 pada 100 sampel yang diambil dari responden kuesioner penelitian. Dalam uji validitas, nilai *r* tabel untuk  $n=100$  adalah sebesar 0,1946. Jika *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel, maka butir pertanyaan dapat dikatakan valid (Ghozali, 2013). Setelah data diolah, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3

## Hasil Pengolahan Terhadap Uji Validitas I

Item Pertanyaan	Keterangan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Masalah yang Dihadapi Selama Masa Pandemi COVID-19	1	0,397	0,1946	Valid
	2	0,358	0,1946	Valid
	3	0,203	0,1946	Valid
	4	0,220	0,1946	Valid
	5	0,281	0,1946	Valid
	6	0,378	0,1946	Valid
	7	0,253	0,1946	Valid
	8	0,260	0,1946	Valid
Strategi yang Diterapkan Untuk Menghadapi Perubahan Situasi Selama Masa Pandemi COVID-19	9	0,377	0,1946	Valid
	10	0,250	0,1946	Valid
	11	0,274	0,1946	Valid
	12	0,230	0,1946	Valid
	13	0,281	0,1946	Valid
Dampak Keuangan yang Dirasakan Selama Masa Pandemi COVID-19	14	0,361	0,1946	Valid
	15	0,519	0,1946	Valid
	16	0,414	0,1946	Valid
	17	0,311	0,1946	Valid
	18	0,338	0,1946	Valid
Strategi Keuangan yang Diterapkan Selama Masa Pandemi COVID-19	19	0,478	0,1946	Valid
	20	0,291	0,1946	Valid
	21	0,014	0,1946	Tidak Valid
	22	0,357	0,1946	Valid
	23	0,446	0,1946	Valid
	24	0,450	0,1946	Valid
	25	0,407	0,1946	Valid
Adanya Adopsi Teknologi Sebelum Terjadi Pandemi	26	0,342	0,1946	Valid
	27	0,517	0,1946	Valid
	28	0,200	0,1946	Valid
	29	0,514	0,1946	Valid
	30	0,513	0,1946	Valid
Adanya Adopsi Teknologi Sejak Terjadi Pandemi (Bentuk Adaptasi Sejak Terjadi Pandemi)	31	0,359	0,1946	Valid
	32	0,494	0,1946	Valid
	33	0,396	0,1946	Valid
	34	0,463	0,1946	Valid
	35	0,469	0,1946	Valid

Tabel 4.3

Hasil Pengolahan Terhadap Uji Validitas I (lanjutan)

Item Pertanyaan	Keterangan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan	36	0,101	0,1946	Tidak Valid
	37	0,493	0,1946	Valid
	38	0,452	0,1946	Valid
	39	0,424	0,1946	Valid
	40	0,418	0,1946	Valid
	41	0,395	0,1946	Valid
	42	0,220	0,1946	Valid
	43	0,338	0,1946	Valid
	44	0,250	0,1946	Valid
	45	0,253	0,1946	Valid

Sumber: Hasil penelitian, 2020.

Berdasarkan pengolahan data terhadap uji validitas yang disajikan pada tabel 4.3 di atas, dari 45 butir pertanyaan, 43 pertanyaan diantaranya memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan bernilai positif, sehingga 43 pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Sementara itu, terdapat 2 pertanyaan yang memiliki nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel sehingga pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid. 2 pertanyaan yang tidak valid yaitu pertanyaan nomor 21 dan nomor 36. Butir pertanyaan yang tidak valid tersebut harus dibuang agar semua instrumen pertanyaan dalam penelitian ini valid dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

Berikut tabel 4.4 yang menyajikan hasil uji validitas setelah pertanyaan nomor 21 dan nomor 36 dibuang karena tidak valid :

Tabel 4.4  
 Hasil Pengolahan Terhadap Uji Validitas II

Item Pertanyaan	Keterangan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Masalah yang Dihadapi Selama Masa Pandemi COVID-19	1	0,397	0,1946	Valid
	2	0,358	0,1946	Valid
	3	0,203	0,1946	Valid
	4	0,220	0,1946	Valid
	5	0,281	0,1946	Valid
	6	0,378	0,1946	Valid
	7	0,253	0,1946	Valid
	8	0,260	0,1946	Valid
Strategi yang Diterapkan Untuk Menghadapi Perubahan Situasi Selama Masa Pandemi COVID-19	9	0,377	0,1946	Valid
	10	0,250	0,1946	Valid
	11	0,274	0,1946	Valid
	12	0,230	0,1946	Valid
	13	0,281	0,1946	Valid
Dampak Keuangan yang Dirasakan Selama Masa Pandemi COVID-19	14	0,361	0,1946	Valid
	15	0,519	0,1946	Valid
	16	0,414	0,1946	Valid
	17	0,311	0,1946	Valid
	18	0,338	0,1946	Valid
	19	0,478	0,1946	Valid
Strategi Keuangan yang Diterapkan Selama Masa Pandemi COVID-19	20	0,291	0,1946	Valid
	22	0,357	0,1946	Valid
	23	0,446	0,1946	Valid
	24	0,450	0,1946	Valid
	25	0,407	0,1946	Valid
Adanya Adopsi Teknologi Sebelum Terjadi Pandemi	26	0,342	0,1946	Valid
	27	0,517	0,1946	Valid
	28	0,200	0,1946	Valid
	29	0,514	0,1946	Valid
Adanya Adopsi Teknologi Sejak Terjadi Pandemi (Bentuk Adaptasi Sejak Terjadi Pandemi)	30	0,513	0,1946	Valid
	31	0,359	0,1946	Valid
	32	0,494	0,1946	Valid
	33	0,396	0,1946	Valid
	34	0,463	0,1946	Valid
Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan	35	0,469	0,1946	Valid
	37	0,493	0,1946	Valid
	38	0,452	0,1946	Valid
	39	0,424	0,1946	Valid
	40	0,418	0,1946	Valid
	41	0,395	0,1946	Valid
	42	0,220	0,1946	Valid
	43	0,338	0,1946	Valid
	44	0,250	0,1946	Valid
	45	0,253	0,1946	Valid

Sumber: Hasil penelitian, 2020.

#### 4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *software* SPSS Statistics Versi 25 pada 100 sampel yang diambil dari responden kuesioner penelitian. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach's Alpha > 0,60 (Ghozali, 2013). Hasil pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Hasil Pengolahan Terhadap Uji Reliabilitas

Total Item (N)	Cronbach's Alpha	Keterangan
43	0,843	Reliabel

Sumber: Hasil penelitian, 2020.

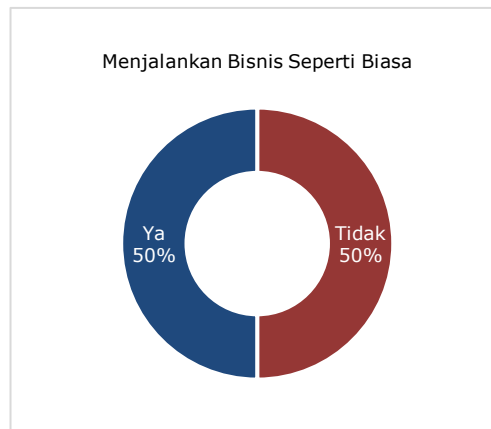
Berdasarkan hasil olah data sebagaimana disajikan pada tabel 4.5 di atas, dapat diketahui bahwa dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM memberikan nilai Cronbach's Alpha 0,843 yakni lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

#### 4.3. Analisis Data

##### 4.2.1. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM

##### 4.3.1.1. Kegiatan Operasional dan Kondisi Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19

Adanya pembatasan aktivitas karena diberlakukannya kebijakan pemerintah demi memutus rantai penyebaran virus COVID-19 akan mempengaruhi kegiatan operasional UMKM. Setelah diberi pertanyaan lebih lanjut mengenai kegiatan operasional UMKM pada masa pandemi COVID-19, didapat data sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.3

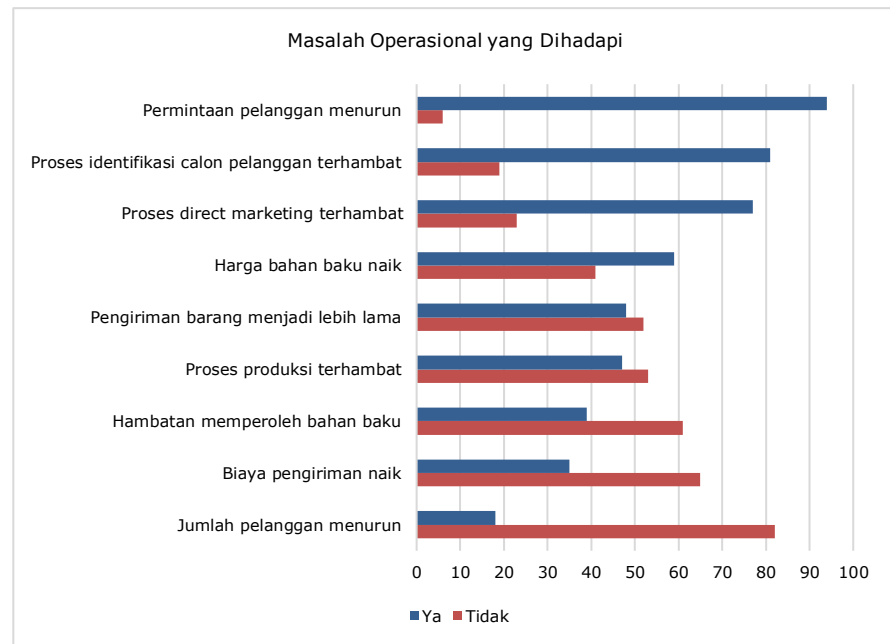
#### Kegiatan Operasional UMKM Pada Masa Pandemi COVID-19

Berdasarkan hasil olah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 UMKM, dapat dilihat pada grafik 4.3, berdasarkan grafik tersebut dapat dijelaskan bahwa 50% diantaranya menyatakan bahwa mereka menjalankan bisnis seperti biasa, sementara itu 50% lainnya menjalankan bisnis tidak seperti biasanya.

Menjalankan bisnis tidak seperti biasanya dalam hal ini yang dimaksud adalah adanya perubahan yang terjadi pada kegiatan usaha. Baik itu mengubah jenis kategori usaha, adanya perubahan jumlah karyawan, perubahan sistem bekerja yang mulanya bekerja dari kantor menjadi bekerja dari rumah, mulanya tatap muka menjadi daring melalui media sosial, dan lain sebagainya. Perubahan yang terjadi dapat menimbulkan masalah baik itu operasional maupun keuangan bagi UMKM.



#### 4.3.1.2. Masalah Operasional yang Dihadapi UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.4

#### Masalah Operasional yang Dihadapi UMKM

Setelah data diolah, didapat data sebagaimana disajikan pada grafik 4.4 di atas. Responden menyatakan bahwa mereka menghadapi pelbagai masalah operasional selama masa pandemi COVID-19, seperti masalah mengenai bahan baku, proses bisnis, distribusi, dan pemasaran.

Masalah operasional terkait dengan bahan baku yang dihadapi oleh UMKM selama masa pandemi COVID-19 adalah adanya hambatan dalam memperoleh bahan baku (39%) dan harga bahan baku yang mengalami kenaikan (59%). Hasil ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Lakuma et al. (2020) yang menyatakan bahwa UMKM

di Uganda merasakan adanya hambatan dalam memperoleh bahan baku dan harga bahan baku mengalami kenaikan. Adanya pembatasan akses di sejumlah wilayah dan pengurangan aktivitas masyarakat berpotensi sebagai pemicu terhambatnya perolehan bahan baku, dimana hal ini dapat memicu kenaikan harga bahan baku.

Sementara itu masalah mengenai proses bisnis yang dihadapi oleh UMKM adalah adanya penurunan jumlah pelanggan (18%), penurunan permintaan pelanggan (94 %), dan hambatan dalam proses produksi barang maupun jasa (47%). Hasil penelitian mengenai adanya penurunan permintaan pelanggan yang dirasakan oleh UMKM di Indonesia menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan pada UMKM di Pakistan oleh Shafi et al. (2020) dan penelitian pada UMKM di Uganda oleh Lakuma et al. (2020). Adapun penurunan jumlah pelanggan dan penurunan permintaan pelanggan dipicu oleh kondisi ekonomi masyarakat yang membuat mereka lebih memperhatikan keuangan mereka, terutama pengeluaran, dan berhati-hati dalam berbelanja (sirclo.com). Sementara itu, hambatan dalam proses produksi barang maupun jasa yang dirasakan oleh UMKM dipicu oleh adanya pembatasan aktivitas masyarakat, masalah permodalan, dan masalah yang terkait dengan bahan baku.

Terkait dengan masalah operasional mengenai pendistribusian barang atau jasa, UMKM menghadapi masalah seperti pengiriman barang menjadi lebih lama dari sebelumnya (48%) dan biaya pengiriman mengalami kenaikan (35%). Adapun faktor yang menyebabkan pengiriman barang menjadi lebih lama pada pengiriman melalui jalur darat disebabkan oleh adanya pembatasan akses keluar masuk di sejumlah wilayah, sehingga kendaraan yang hendak masuk ke wilayah tersebut memerlukan pemeriksaan terlebih dahulu oleh aparat keamanan. Sementara itu untuk pengiriman jalur udara, terjadi pengurangan kargo karena frekuensi penerbangan juga ikut berkurang. Sedangkan untuk pengiriman jalur laut belum ada kendala yang berarti (jawapos.com).

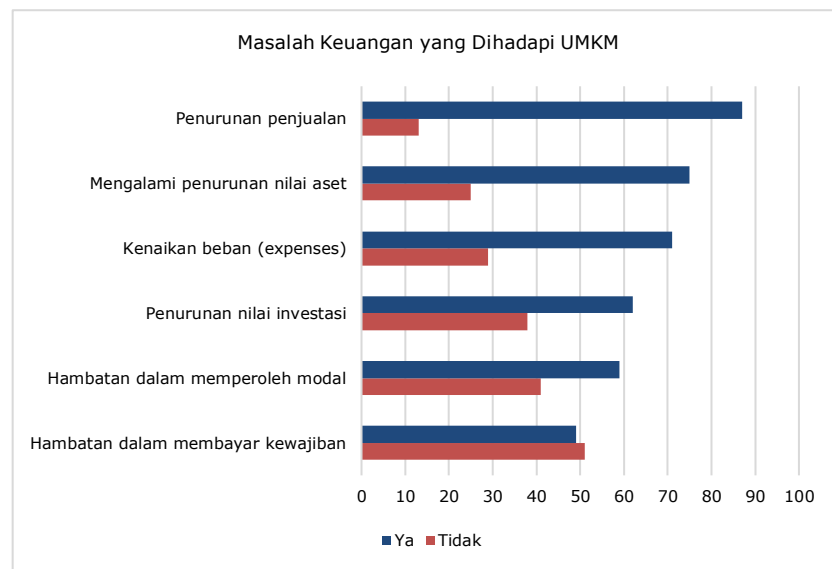
Sementara itu, masalah terkait pemasaran yang dihadapi oleh UMKM selama masa pandemi COVID-19 adalah adanya hambatan dalam proses direct marketing atau pemasaran secara langsung kepada pelanggan (77%) dan adanya hambatan dalam mengidentifikasi calon pelanggan mereka (81%). Untuk hal ini, sebagai bentuk dukungan dalam mengenalkan dan memasarkan produk-produk lokal UMKM, pemerintah galakkan gerakan untuk membeli produk lokal melalui campaign #BanggaBuatanIndonesia. Gerakan ini mengajak masyarakat untuk membeli barang-barang buatan dalam negeri, terlebih produk UMKM. Melalui acara bertajuk “Festival Kementrian” yang berkolaborasi dengan Bank Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Perindustrian, Kementerian BUMN, dan Kementerian lainnya, pemerintah

membantu UMKM dengan mengenalkan dan memasarkan produk-produk lokal. Sementara itu, sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, Kementerian dan Lembaga diharuskan membeli produk dalam negeri, dan memprioritaskan pengadaan untuk usaha kecil (depkop.go.id). Di samping itu, dalam rangka pengembangan dan peningkatan produk UMKM, Kementerian Koperasi dan UKM mendorong pemerintah agar dapat melibatkan sektor UMKM dalam belanja barang dan jasa pemerintah (banggabuatanindonesia.co.id).

Kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah seperti diberlakukannya PSBB dan karantina wilayah di beberapa wilayah secara tidak langsung akan menimbulkan adanya pembatasan dalam aktivitas bisnis bagi para pelaku usaha, hal ini berpotensi menimbulkan hambatan dalam memperoleh bahan baku dan juga proses pengiriman barang. Kenaikan harga bahan baku salah satunya dipicu oleh adanya hambatan dalam memperoleh bahan baku. Kedua hal ini akan berpengaruh terhadap kegiatan proses produksi perusahaan. Adanya penurunan permintaan pelanggan didasari oleh kebutuhan masyarakat yang sedikit bergeser dan lebih fokus pada kebutuhan akan alat kesehatan. Adanya pengurangan aktivitas yang berhubungan dengan orang lain secara langsung mengakibatkan para pelaku usaha mengalami hambatan dalam melakukan pemasaran secara langsung atau direct marketing dan juga untuk mengidentifikasi calon pelanggan.

### 4.3.1.3. Masalah Keuangan yang Dihadapi UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19

Timbulnya masalah operasional pada kegiatan bisnis UMKM secara tidak langsung akan mempengaruhi kondisi keuangannya. Setelah diberi pertanyaan lebih lanjut mengenai masalah keuangan yang dihadapi oleh UMKM selama masa pandemi COVID-19, diperoleh data sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.5

#### Masalah Keuangan yang Dihadapi UMKM

Berdasarkan grafik 4.5, dapat dijelaskan bahwa selain menghadapi masalah yang terkait dengan kegiatan operasional, UMKM juga mengalami beberapa masalah terkait keuangan selama masa pandemi COVID-19. Antara lain masalah mengenai penjualan atau *sales*, nilai aset, kenaikan *expenses*, nilai investasi, modal, dan kewajiban.

Angka kasus COVID-19 yang terus bertambah setiap harinya, berpengaruh pada kondisi ekonomi masyarakat, yang pada akhirnya akan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Hal ini berpengaruh pada perubahan tingkat penjualan UMKM, seperti mengalami penurunan penjualan selama masa pandemi COVID-19 (87%). Untuk membantu memasarkan produk lokal milik UMKM, pemerintah melalui campaign #BanggaBuatanIndonesia galakkan gerakan untuk mengajak masyarakat untuk membeli barang-barang buatan dalam negeri, terlebih produk UMKM (depkop.go.id).

Aktivitas bisnis pada masa pandemi COVID-19 tentunya akan menurun jika dibandingkan dengan aktivitas bisnis pada hari biasanya. Secara tidak langsung penurunan aktivitas bisnis dapat mengakibatkan keusangan dan kerusakan fisik pada aset, di sisi lain masa manfaat juga terus berkurang. Hal ini merupakan indikasi dari penurunan nilai suatu aset. Dapat dilihat dari grafik 4.5, penurunan nilai aset menjadi salah satu masalah keuangan yang dihadapi oleh UMKM (75%).

Salah satu langkah pencegahan penularan COVID-19 adalah dengan selalu menjaga kebersihan seperti selalu menggunakan masker dan rajin mencuci tangan atau menggunakan *hand sanitizer*. Responden menyatakan bahwa upaya dalam pencegahan penularan virus ini menimbulkan adanya peningkatan beban atau *expenses* bagi perusahaan mereka (71%). Hal ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Lakuma et al. (2020) yang menyatakan bahwa selama masa pandemi COVID-

19, UMKM merasakan adanya peningkatan *expenses* dalam rangka mencegah penularan COVID-19 di lingkungan usaha mereka, khususnya dalam rangka menjaga karyawan. Peningkatan *expenses* ini terjadi karena UMKM menyediakan alat kesehatan seperti sabun untuk cuci tangan dan *hand sanitizer*.

Perbedaan antara harga jual dengan harga beli suatu aset, dimana harga jual lebih rendah dibandingkan dengan harga beli aset tersebut, dapat menyebabkan kerugian berupa penurunan nilai investasi. Hal ini dapat dipicu oleh turunnya nilai suatu aset maupun masa manfaatnya. Berdasarkan grafik 4.5, dapat dijelaskan bahwa UMKM juga mengalami masalah keuangan berupa penurunan nilai investasi (62%).

Untuk menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan yang direncanakan, modal menjadi salah satu pondasi yang penting bagi sebuah usaha. Selama masa pandemi COVID-19 UMKM juga merasakan hambatan dalam memperoleh modal (59%). Untuk memastikan keberlangsungan proses bisnis UMKM, pemerintah memberikan bantuannya dalam menyediakan bantuan modal kerja bagi pelaku usaha mikro dalam Program Bantuan Presiden (Banpres) Produktif Usaha Mikro. Bantuan dana sebesar Rp 2,4 Juta ini diberikan kepada pemilik usaha mikro dengan syarat pendaftar bantuan dana tidak sedang menerima kredit perbankan dan bukan merupakan seorang ASN, TNI/Polri, maupun pegawai BUMN/BUMD (depkop.go.id).

Selain itu, UMKM juga menemui hambatan dalam membayar kewajiban, seperti pinjaman, utang, dan bunga (49%). Hal ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Lakuma et al. (2020) yang menyatakan bahwa selama masa pandemi COVID-19, UMKM di Uganda merasakan adanya penurunan kemampuan dalam membayar kewajiban, dalam hal ini pinjaman. Pemerintah Indonesia memberikan bantuannya dalam bentuk penundaan angsuran dan subsidi bunga bagi UMKM melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), PNM Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekasar), dan Pegadaian. Penundaan angsuran dan subsidi bunga untuk Usaha Mikro dan Kecil diberikan sebesar 6% selama 3 bulan pertama dan 3% untuk 3 bulan berikutnya. Sementara itu untuk Usaha Menengah (UM) diberikan sebesar 3% selama 3 bulan pertama dan 2% selama 3 bulan berikutnya. Selain restrukturisasi kredit, pemerintah juga memberikan bantuan dalam bentuk subsidi bunga/margin untuk kredit atau pembiayaan bagi UMKM melalui Lembaga Penyalur Program Kredit Pemerintah dan Perbankan atau Perusahaan Pembiayaan ([kemenkeu.go.id](http://kemenkeu.go.id)).



#### 4.3.1.4. Menutup Bisnis Selama Masa Pandemi COVID-19

Hasil olah data menunjukkan bahwa tidak semua UMKM yang berpartisipasi pada penelitian ini dapat bertahan selama masa pandemi COVID-19, sebanyak 29% menyatakan mereka menutup bisnisnya sebagian dan 7% menutup bisnis sepenuhnya. Data mengenai identitas responden yang menutup bisnisnya dan masalah apa saja yang dihadapi selama masa pandemi COVID-19, disajikan pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4. 6  
Identitas Responden yang Menutup Bisnis Sebagian

<b>Data Deskriptif</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Klasifikasi Usaha</b>	Usaha Mikro (Aset s/d 50 Juta atau Omzet s/d Rp 300 Juta per tahun)	21
	Usaha Kecil (Aset > 50 Juta s/d 500 Juta atau Omzet > Rp 300 Juta s/d Rp 2,5 Miliar per tahun)	5
	Usaha Menengah (Aset > 500 Juta s/d 10 Miliar atau Omzet > Rp 2,5 Miliar s/d Rp 4,5 Miliar per tahun)	3
	Total	29
<b>Kategori Usaha</b>	Pakaian	13
	Makanan dan/atau Minuman	11
	Jasa Titip	2
	Jasa Seni	1
	Travel dan Pariwisata	1
	Swalayan	1
Total	29	
<b>Lama Perusahaan Berdiri</b>	< 2 tahun	13
	> 5 tahun	10
	2 – 5 tahun	7
	Total	29

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai identitas responden yang menutup bisnisnya sebagian selama masa pandemi COVID-19, banyaknya responden dengan klasifikasi usaha mikro yang menutup bisnisnya sebagian adalah sebanyak 21 responden, usaha kecil sebanyak 5 responden, dan usaha menengah sebanyak 3 responden. Sementara itu berdasarkan kategori usaha, jumlah yang paling banyak merupakan kategori usaha pakaian yaitu sebanyak 13 responden, kategori usaha makanan dan/atau minuman sebanyak 11 responden, kategori usaha jasa titip sebanyak 2 responden, serta kategori usaha *travel* dan swalayan masing-masing 1 responden. Sementara itu berdasarkan lama perusahaan berdiri, jumlah paling banyak merupakan responden dengan usia perusahaan kurang dari 2 tahun yaitu sebanyak 13 responden, lebih dari 5 tahun sebanyak 10 responden, dan antara 2 sampai 5 tahun sebanyak 7 responden.

Data mengenai masalah operasional yang dihadapi oleh UMKM yang menyatakan bahwa mereka menutup bisnisnya sebagian, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7  
Masalah Operasional UMKM yang Menutup Bisnisnya Sebagian

Masalah Operasional	Jumlah
Permintaan pelanggan menurun	29
Proses direct marketing terhambat	26
Proses identifikasi calon pelanggan terhambat	25
Harga bahan baku naik	18
Hambatan dalam proses produksi	16
Pengiriman barang menjadi lebih lama	16
Hambatan memperoleh bahan baku	15
Biaya pengiriman naik	10

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dijelaskan bahwa seluruh responden yang menutup bisnisnya sebagian mengalami masalah mengenai penurunan permintaan pelanggan, kemudian 26 responden mengalami hambatan pada proses *direct marketing*, 26 responden mengalami hambatan pada proses identifikasi calon pelanggan, 18 responden mengalami kenaikan pada harga bahan baku, 16 responden mengalami hambatan pada proses produksi dan pengiriman barang menjadi lebih lama, 15 responden mengalami hambatan dalam memperoleh bahan baku, dan 10 responden mengalami kenaikan pada biaya pengiriman.

Sementara itu, data mengenai masalah keuangan yang dihadapi oleh UMKM yang menyatakan bahwa mereka menutup bisnisnya sebagian, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8  
Masalah Keuangan UMKM yang Menutup Bisnisnya Sebagian

Masalah Keuangan	Jumlah
Penurunan penjualan	27
Penurunan nilai aset	27
Hambatan dalam membayar kewajiban	23
Hambatan memperoleh modal	23
Penurunan nilai investasi	22
Kebaikan beban ( <i>expenses</i> )	21

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

Setelah data diolah, didapatkan data sebagaimana disajikan pada tabel 4.8, dapat dijelaskan bahwa masalah keuangan yang paling banyak dihadapi oleh responden yang menutup bisnisnya sebagian adalah adanya penurunan pada penjualan dan nilai aset yaitu sebanyak 27 responden, masalah mengenai hambatan membayar kewajiban dan memperoleh modal

sebanyak 23 responden, sementara itu masalah mengenai penurunan nilai investasi dirasakan oleh 22 responden, dan adanya kebaikan *expenses* dirasakan oleh 21 responden.

Dari 100 responden yang berpartisipasi pada kuesioner penelitian, terdapat 7 diantaranya menyatakan bahwa mereka menutup bisnis sepenuhnya. Data mengenai identitas responden yang menutup bisnis sepenuhnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9  
Identitas Responden yang Menutup Bisnis Sepenuhnya

<b>Data Deskriptif</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Klasifikasi Usaha</b>	Usaha Mikro (Aset s/d 50 Juta atau Omzet s/d Rp 300 Juta per tahun)	4
	Usaha Kecil (Aset > 50 Juta s/d 500 Juta atau Omzet > Rp 300 Juta s/d Rp 2,5 Miliar per tahun)	3
	Total	7
<b>Kategori Usaha</b>	Makanan dan/atau Minuman	3
	Pakaian	2
	Event Organizer	1
	Travel dan Pariwisata	1
	Total	7
<b>Lama Perusahaan Berdiri</b>	< 2 tahun	3
	2 – 5 tahun	2
	> 5 tahun	2
	Total	7

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

Setelah data diolah, didapatkan data identitas responden yang menutup bisnis sepenuhnya seperti yang disajikan pada tabel 4.9. Berdasarkan tabel 4.9, dapat dijelaskan bahwa terdapat 4 responden dengan klasifikasi usaha mikro dan 3 responden dengan klasifikasi usaha kecil. Sementara itu berdasarkan kategori usaha, yang paling banyak merupakan kategori usaha makanan dan/atau minuman yaitu sebanyak 3 responden, kemudian kategori usaha pakaian sebanyak 2 responden, serta kategori usaha *event organizer* dan *travel* masing-masing 1 responden. Sementara itu berdasarkan lama perusahaan berdiri, jumlah responden dengan usia perusahaan kurang dari 2 tahun adalah 3 responden, sedangkan usia perusahaan antara 2 sampai 5 tahun dan usia perusahaan lebih dari 5 tahun masing-masing sebanyak 2 responden.

Data mengenai masalah operasional yang dihadapi oleh UMKM yang menyatakan bahwa mereka menutup bisnisnya sepenuhnya, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10

Masalah Operasional UMKM yang Menutup Bisnisnya Sepenuhnya

<b>Masalah Operasional</b>	<b>Jumlah</b>
Permintaan pelanggan menurun	7
Pengiriman barang menjadi lebih lama	5
Harga bahan baku naik	4
Hambatan memperoleh bahan baku	3
Hambatan dalam proses produksi	3
Proses direct marketing terhambat	3
Proses identifikasi calon pelanggan terhambat	3
Biaya pengiriman naik	2

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dijelaskan bahwa seluruh responden yang menutup bisnis sepenuhnya mengalami masalah mengenai adanya penurunan pada permintaan pelanggan. Kemudian masalah pengiriman barang menjadi lebih lama dirasakan oleh 5 responden. Adanya kenaikan pada harga bahan baku dirasakan oleh 4 responden. Sementara itu adanya hambatan dalam memperoleh bahan baku, hambatan dalam proses produksi, hambatan dalam proses *direct marketing* dan hambatan proses identifikasi calon pelanggan masing-masing dirasakan oleh 3 responden. Dan masalah mengenai kenaikan pada biaya pengiriman dirasakan oleh 2 responden.

Sementara itu, data mengenai masalah keuangan yang dihadapi oleh UMKM yang menyatakan bahwa mereka menutup bisnis sepenuhnya, disajikan pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4. 11

Masalah Keuangan UMKM yang Menutup Bisnisnya Sepenuhnya

Masalah Keuangan	Jumlah
Penurunan penjualan	4
Penurunan nilai investasi	4
Penurunan nilai aset	3
Hambatan dalam membayar kewajiban	3
Hambatan memperoleh modal	3
Kebaikan beban ( <i>expenses</i> )	3

Sumber: Hasil penelitian, 2021.

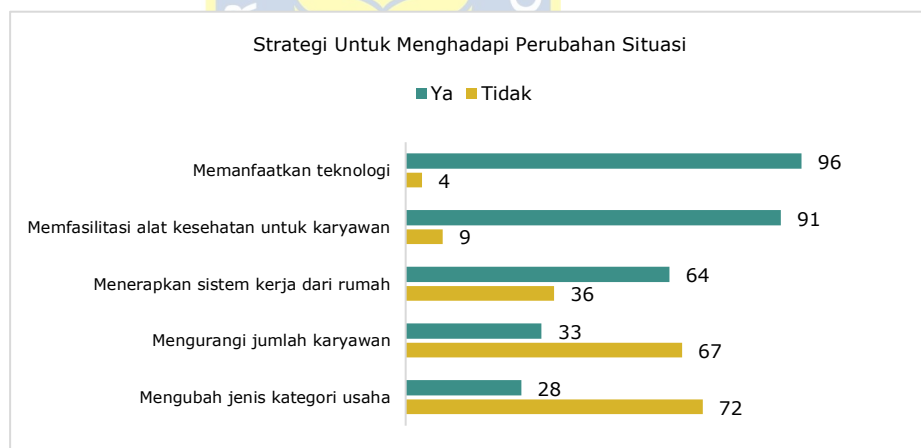
Berdasarkan tabel 4.11 mengenai masalah keuangan yang dihadapi oleh UMKM yang menutup bisnis sepenuhnya, masalah keuangan yang paling banyak dihadapi oleh responden adalah adanya penurunan pada penjualan dan nilai investasi, yaitu masing-masing dirasakan oleh 4 responden. Dan masalah mengenai adanya penurunan pada nilai aset, hambatan dalam membayar kewajiban, hambatan dalam memperoleh modal, dan adanya kenaikan *expenses* masing-masing dirasakan oleh 3 responden.

Dari hasil olah data yang telah disajikan, identitas responden yang paling banyak menutup bisnisnya selama masa pandemi COVID-19 baik itu secara sebagian maupun sepenuhnya, berdasarkan klasifikasi usaha adalah klasifikasi usaha mikro. Sementara itu berdasarkan kategori usaha, jumlah responden yang paling banyak menutup bisnis sebagian adalah kategori usaha pakaian, sedangkan jumlah yang paling banyak menutup bisnis sepenuhnya adalah kategori usaha makanan dan/atau minuman. Sementara itu, masalah operasional yang paling banyak dirasakan oleh responden yang menutup bisnisnya adalah masalah mengenai penurunan pada permintaan pelanggan. Dan masalah keuangan yang paling banyak dirasakan adalah masalah mengenai adanya penurunan pada penjualan.

#### 4.3.2. Strategi yang Diterapkan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19

##### 4.3.2.1. Strategi yang Diterapkan UMKM Untuk Menghadapi Perubahan Situasi Akibat Terjadinya Pandemi COVID-19

Agar dapat tetap bertahan bahkan berkembang di tengah terjadinya perubahan situasi akibat pandemi COVID-19, UMKM harus memiliki strategi yang tepat untuk mengatasinya. Setelah diberi pertanyaan mengenai strategi yang digunakan untuk menghadapi perubahan situasi selama masa pandemi COVID-19, diperoleh data sebagaimana disajikan pada grafik 4.6 sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.6

Strategi Untuk Menghadapi Perubahan Situasi



Setiap UMKM memiliki strategi yang berbeda untuk menghadapi perubahan situasi yang terjadi pada masa pandemi COVID-19. Sebagaimana disajikan pada grafik 4.6, dapat dijelaskan bahwa strategi yang paling banyak digunakan oleh responden adalah dengan memanfaatkan teknologi, yaitu sebesar 96%. Strategi dengan jumlah terbanyak kedua adalah memfasilitasi alat kesehatan karyawan sebagai bentuk adaptasi dengan perubahan situasi yang sedang terjadi, yaitu sebesar 91%, yang menyatakan bahwa mereka menjaga keamanan dan kesehatan karyawan dengan memfasilitasi alat kesehatan berupa masker; sarung tangan; dan *hand sanitizer*. Sementara itu, 64% menyatakan mereka melindungi karyawan dengan mengurangi kontak fisik dan menjaga jarak aman dengan orang lain dengan menerapkan sistem bekerja dari rumah. Namun demi keberlangsungan usaha, 33% mengurangi jumlah karyawannya. Dan 28% mengubah jenis kategori usahanya agar dapat bertahan di tengah terjadinya pandemi COVID-19.

#### **4.3.2.2. Strategi Keuangan yang Diterapkan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19**

Perubahan situasi yang terjadi tidak hanya menimbulkan masalah yang menyangkut kegiatan operasional UMKM, tetapi juga masalah mengenai keuangannya. Sementara itu, data mengenai strategi keuangan yang diterapkan oleh UMKM untuk mengatasi masalah keuangan yang timbul akibat pandemi COVID-19 disajikan pada grafik 4.7 sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.



Grafik 4.7

#### Strategi Keuangan yang Diterapkan UMKM

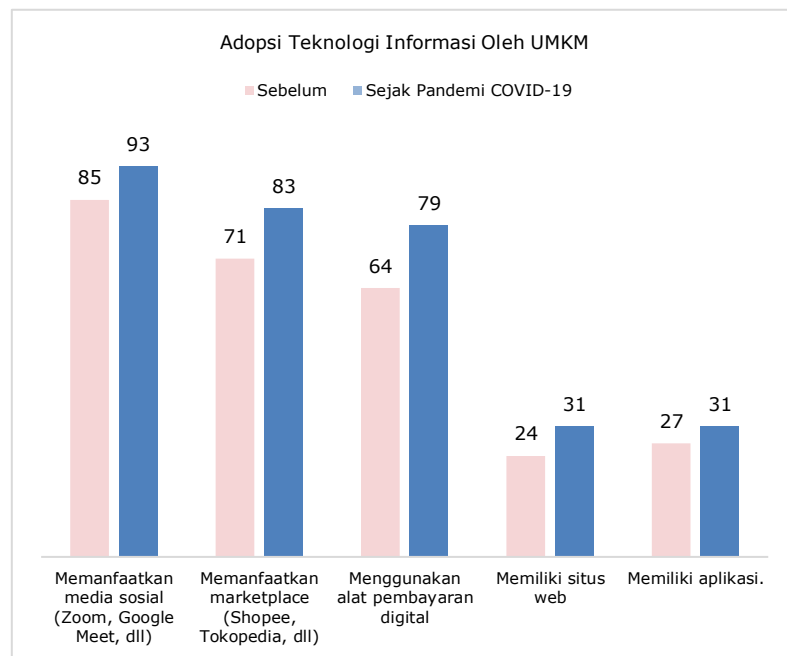
Oleh karena timbulnya masalah keuangan yang dirasakan oleh UMKM di masa pandemi COVID-19, pada kuesioner yang disebar, dicantumkan pula pertanyaan mengenai strategi keuangan yang diterapkan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Setelah diolah, hasilnya menunjukkan bahwa strategi yang paling banyak digunakan adalah dengan berusaha menjaga stabilitas keuangan dengan mengajukan pinjaman mengajukan pinjaman, hal ini dilakukan oleh 74% responden. Kemudian juga dengan melakukan alokasi aset, sebesar 58%. Sementara itu, untuk menjaga stabilitas permintaan pelanggan, 53% menyatakan bahwa mereka menurunkan harga produk atau jasa yang mereka tawarkan. Sedangkan 34% menyatakan bahwa mereka mengurangi gaji karyawan. Dan di sisi lain, 29% menutup bisnisnya sebagian.

#### **4.3.2.3. Adopsi Teknologi Informasi Sebelum dan Sejak Terjadi Pandemi COVID-19**

Merebaknya pandemi COVID-19 telah membentuk perilaku masyarakat yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dengan lebih baik (postel.go.id). Kini masyarakat yang juga berperan selaku konsumen mulai membiasakan diri dengan hal yang berbau digital, seperti berkomunikasi melalui media sosial, bertransaksi menggunakan alat pembayaran digital, dan berbelanja secara *online*. Hal ini menjadi “cambuk” bagi para pelaku bisnis untuk dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi agar aktivitas bisnis tetap bisa berjalan (cnbcindonesia.com).

Menurut Praeter dan Ghosh (2006), agar dapat bersaing di pasar global, perusahaan kecil perlu mengadopsi teknologi informasi pada kegiatan bisnisnya. Penelitian yang dilakukan oleh Oswari, Suhendra, & Harmoni (2008) menghasilkan temuan bahwa penggunaan teknologi informasi secara intensif berdampak sangat positif terhadap kinerja perusahaan. Ghobakhloo, Sabouri, Hong, & Zulkifli (2011) menyatakan bahwa adopsi teknologi informasi dapat memberikan banyak manfaat, antara lain dapat membantu meningkatkan produktivitas, memperkuat daya saing, dan memperkuat hubungan antara pemilik usaha dengan pemasok dan distributor.

Pertanyaan mengenai adopsi teknologi informasi sebelum dan sejak terjadi pandemi COVID-19 pada kuesioner penelitian ini ditujukan untuk menilai bagaimana perkembangan mengenai jumlah pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan oleh UMKM yang berpartisipasi. Setelah data diolah, didapatkan data mengenai adanya adopsi teknologi informasi yang dilakukan oleh UMKM yang disajikan pada grafik 4.8 sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.8

Adopsi Teknologi Informasi UMKM, Sebelum dan Sejak Terjadi Pandemi COVID-19

Sebesar 85% menyatakan mereka telah memanfaatkan media sosial seperti Zoom, Google Meet, Instagram, dan WhatsApp baik itu sebagai sarana komunikasi, penjualan, atau pemasaran, sebelum terjadinya pandemi COVID-19. Kemudian jumlahnya naik menjadi 93% sejak terjadi pandemi COVID-19. Pemanfaatan media sosial dapat memberikan banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh UMKM, penelitian yang dilakukan oleh Priambada (2015) mendapatkan temuan bahwa media sosial dapat membantu proses bisnis dan perkembangan bisnis UMKM, antara lain memberikan kemudahan dalam menjalin komunikasi dengan konsumen dan pemasok, meningkatkan pemasaran dan memperluas pangsa pasar, membantu meningkatkan pengetahuan pengelola UMKM, membantu meningkatkan volume penjualan, dan menarik perhatian dari target. Tidak hanya itu, perkembangan informasi dari seluruh dunia juga dapat diakses melalui media sosial. Selain itu, didukung juga oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Patma, Wardana, Wibowo, & Narmaditya (2020) yang mendapatkan temuan bahwa adopsi teknologi informasi, terutama internet dan bisnis *online* memiliki dampak positif terhadap *Social Media Marketing* (SMM) atau pemasaran melalui media sosial, SMM merupakan instrumen yang dapat membantu para pelaku bisnis dalam memasarkan produk dan menarik pelanggan, terutama pada masa pandemi COVID-19.

Dengan semakin berkembangnya teknologi serta berbagai kemudahan yang diberikannya, transaksi jual beli kini dapat dilakukan secara *online*, salah satunya adalah dengan memanfaatkan *marketplace*. Sebesar 71% menyatakan bahwa mereka telah memanfaatkan *marketplace* sebelum terjadinya pandemi COVID-19, dan jumlahnya naik menjadi 83% sejak terjadi pandemi COVID-19. Orientasi pasar *online* didefinisikan sebagai konsep yang memfasilitasi perusahaan untuk melakukan proses jual beli dan pemasaran menggunakan internet, semakin tinggi tingkat orientasi pasar *online*, maka akan semakin tinggi pula kinerja bisnisnya (Tjahjadi, Soewarno, & Gunawan, 2020). Menurut Miliana, Sholihin, & Nurhuda (2018), dalam pemanfaatannya, *marketplace* dan situs web dapat digunakan sebagai media *branding* produk, dan dalam pengaplikasiannya para pengguna akan mendapatkan *feedback* atau umpan balik guna evaluasi hasil produk agar kualitas produk menjadi lebih baik. Beberapa *marketplace* di Indonesia seperti Shopee dan Tokopedia, memberikan kemudahan dan keuntungan bagi para pelaku usaha yang ingin menjalankan bisnisnya secara *online*. Dengan memanfaatkan *marketplace*, langkah yang dibutuhkan untuk mengoperasikan akun penjualan dapat dengan mudah dijalankan dan tidak dipungut biaya. Pembuatan akun juga tidak membutuhkan waktu yang lama, hanya dalam hitungan menit. Selain itu, jangkauan calon pembeli akan menjadi lebih luas dan tak terbatas, tersedianya berbagai pilihan pembayaran yang disediakan akan memudahkan transaksi, pilihan layanan pengiriman barang lengkap dan dapat dilacak oleh penjual maupun pembeli, dan tersedia asuransi untuk

proteksi barang selama proses pengiriman (seller.tokopedia.com). Kelebihannya lagi, beberapa *marketplace* juga menyediakan pencatatan keuangan secara rinci yang dapat diunduh oleh pemilik akun, sehingga akan memudahkan pembukuan akuntansinya. Hal ini tentunya akan sangat menguntungkan karena dapat memangkas waktu dan biaya tambahan.

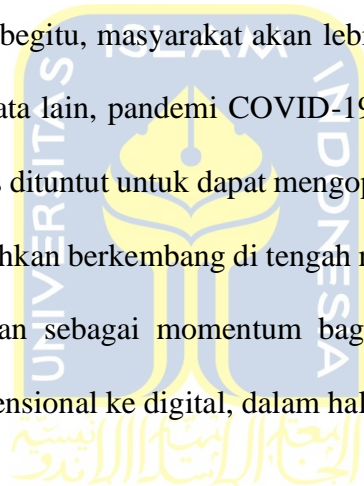
Sistem pembayaran non tunai menjadi salah satu teknologi informasi yang juga dapat dimanfaatkan oleh UMKM. Berdasarkan grafik 4.8, dapat dijelaskan bahwa terdapat 64% menyatakan bahwa mereka telah menerapkan sistem pembayaran non tunai dengan memanfaatkan alat pembayaran digital seperti pembayaran melalui kartu kredit maupun debit, automated teller machines (ATM), perbankan elektronik atau *e-banking*, dan berbagai dompet digital lainnya dari sebelum terjadinya pandemi COVID-19. Dan jumlahnya naik menjadi 75% sejak terjadi pandemi COVID-19. Menurut Yakean (2020), penggunaan sistem pembayaran non-tunai dapat membantu mengantisipasi penularan virus yang bisa saja terjadi karena transaksi tunai melalui uang tunai maupun menggunakan cek.

Selain itu, UMKM juga dapat menggunakan situs web sebagai sarana *branding*, penjualan, maupun pemasaran. 24% menyatakan bahwa mereka telah memiliki situs web dari sebelum terjadi pandemi COVID-19, dan sejak terjadi pandemi COVID-19 jumlahnya naik menjadi 31%.

Berdasarkan grafik 4.8, dapat dijelaskan bahwa 27% telah memanfaatkan aplikasi pada proses bisnisnya. Dan jumlahnya meningkat menjadi 31% sejak pandemi COVID-19. Dengan memiliki aplikasi, sebuah

perusahaan akan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya yang tidak memiliki aplikasi. Selain menjadi sarana *branding* atau pemberian identitas bagi perusahaan, juga dapat meningkatkan *brand awareness* konsumen.

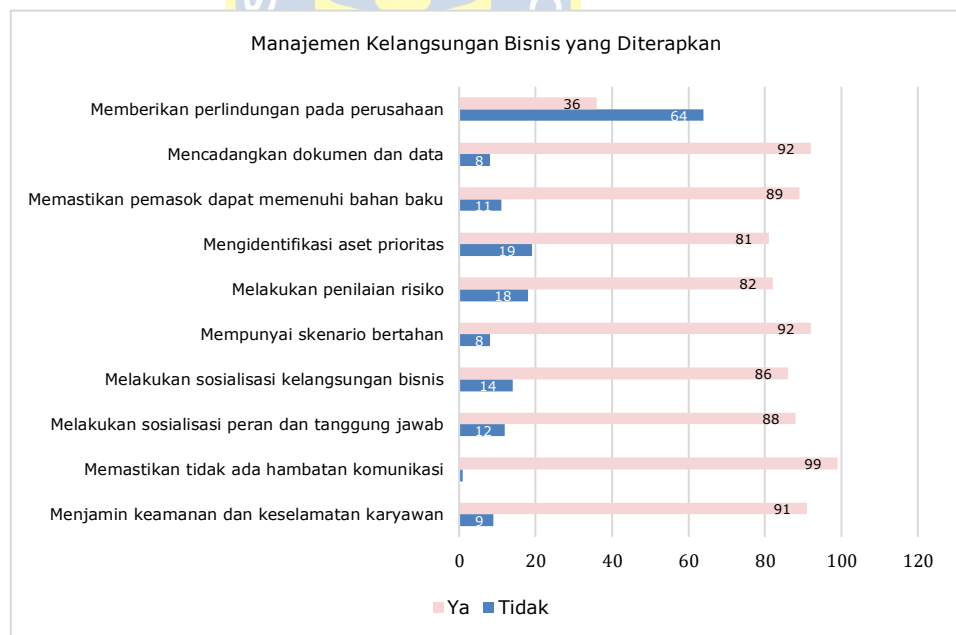
Dapat disimpulkan bahwa sebagian dari responden memanfaatkan teknologi untuk beradaptasi dengan perubahan situasi yang terjadi. Dan jumlah responden yang memanfaatkan teknologi meningkat semenjak terjadi pandemi COVID-19, baik itu memanfaatkan teknologi melalui penggunaan media sosial, *marketplace*, alat pembayaran digital, situs web, maupun aplikasi. Dengan begitu, masyarakat akan lebih akrab dengan teknologi dan gawai. Dengan kata lain, pandemi COVID-19 menciptakan kondisi dimana para pelaku bisnis dituntut untuk dapat mengoptimalkan teknologi agar dapat tetap bertahan, bahkan berkembang di tengah masa pandemi COVID-19. Hal ini dapat dijadikan sebagai momentum bagi para pelaku UMKM untuk beralih dari konvensional ke digital, dalam hal ini perilaku dalam berusaha.





#### 4.3.2.4. Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan

Menurut Hiles (2010), bencana yang dapat menyebabkan gangguan pada proses bisnis disebabkan oleh berbagai peristiwa, salah satunya adalah wabah penyakit. Hal ini menyiratkan bahwa pandemi COVID-19 merupakan salah satu peristiwa yang dapat menyebabkan gangguan pada proses bisnis suatu organisasi, termasuk UMKM. Agar proses bisnis dapat tetap berjalan walau tidak secara optimal ketika terjadi bencana, minimal tidak sampai terhenti, perusahaan dapat menerapkan BCM atau Manajemen Kelangsungan Bisnis (Halim, 2018). Setelah diberi pertanyaan mengenai BCM yang diterapkan oleh UMKM, didapat data sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.9

Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan

Tiga elemen BCM yang dijelaskan oleh ILO (2011) adalah tindakan pencegahan, susunan persiapan, dan pilihan respons. Tindakan pencegahan dapat dilakukan sebagai langkah antisipasi untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya suatu risiko. Pada kuesioner penelitian ini, elemen tindakan pencegahan ditanyakan kepada responden melalui pertanyaan apakah responden memberikan perlindungan pada perusahaan, mencadangkan atau *back up* dokumen dan data penting perusahaan, dan memastikan bahwa pemasok dapat memenuhi bahan baku yang dibutuhkan pada proses produksi. Sementara itu, elemen susunan persiapan yang disusun dan dilakukan sebelum terjadi bencana, diukur melalui pertanyaan apakah responden mengidentifikasi aset prioritas, melakukan penilaian risiko, menyusun skenario bertahan dalam kondisi krisis, melakukan sosialisasi mengenai rencana kelangsungan bisnis, dan melakukan sosialisasi mengenai kesadaran tentang prosedur darurat. Sedangkan, pilihan respons yang muncul ketika terjadi pandemi, ditanyakan kepada responden melalui pertanyaan apakah responden memastikan tidak ada hambatan komunikasi dan menjamin keamanan serta keselamatan karyawan.

Dari grafik 4.9 dapat dijelaskan bahwa 36% menyatakan bahwa mereka memberikan perlindungan pada perusahaan mereka, salah satu contohnya adalah dengan menggunakan asuransi. Selain itu, 92% menyatakan bahwa mereka mencadangkan dokumen dan data penting perusahaan mereka. Sementara itu untuk menghindari hal yang tidak diinginkan, 89% memastikan pemasok dapat memenuhi bahan baku yang mereka butuhkan pada proses produksi ketika terjadi bencana. Ketiga hal tersebut merupakan kegiatan yang termasuk dalam elemen tindakan pencegahan.

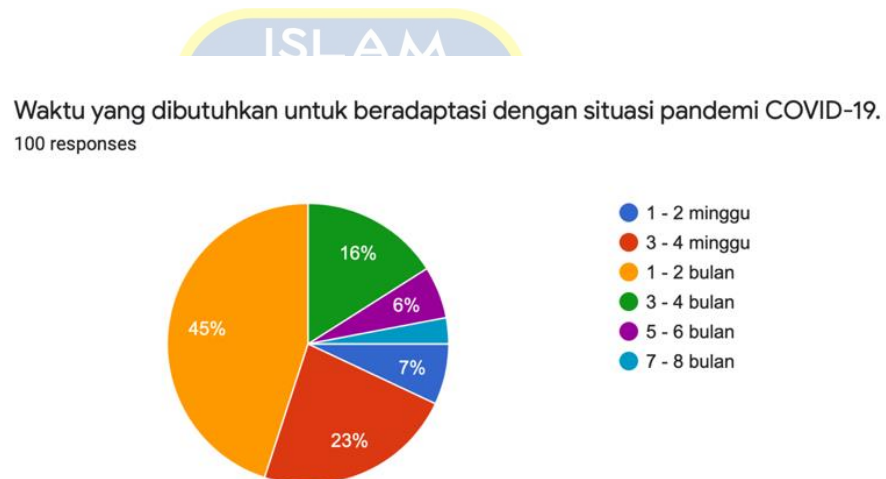
Untuk kepentingan jangka panjang perusahaan, pengidentifikasian aset prioritas perlu dilakukan untuk mengetahui ketika menemui posisi dimana suatu hari perusahaan harus menjual asetnya, aset mana yang akan dijual, dan aset mana yang harus tetap dipertahankan agar kegiatan operasional perusahaan dapat tetap berjalan sebagaimana mestinya, tindakan ini dilaksanakan oleh 92% dari responden. Di samping itu, penting bagi suatu organisasi untuk melakukan penilaian risiko dari bencana yang terjadi, hal ini dilaksanakan oleh sebesar 82%. Dalam mengaplikasikan BCM, perusahaan dapat mempersiapkan serangkaian skenario bertahan dalam kondisi krisis yang dapat digunakan sebagai rencana untuk menghadapi terjadinya hal yang tidak diinginkan yang dapat mengganggu proses bisnis ketika terjadi bencana, tindakan ini dilakukan oleh sebesar 92%. Rencana kelangsungan bisnis yang telah disusun harus dikomunikasikan kepada karyawan untuk meningkatkan kesadaran mereka dan memastikan semua individu mengetahui peran dan

tanggung jawab mereka masing-masing, 86% melakukan sosialisasi kepada karyawan mengenai rencana kelangsungan bisnis, dan 88% melakukan sosialisasi kepada karyawan mengenai kesadaran tentang prosedur darurat dan peran serta tanggung jawab mereka. Kelima hal tersebut merupakan tindakan yang termasuk dalam elemen susunan persiapan.

Selain komunikasi antara perusahaan dengan pemasok, komunikasi dalam perusahaan baik itu sesama karyawan maupun dengan atasan dan bawahannya juga penting untuk dijaga agar tidak timbul masalah baru, hal ini merupakan tindakan yang paling banyak dilakukan, yaitu sebesar 99% responden memastikan tidak ada hambatan komunikasi dalam perusahaan. Di samping itu, hal lain yang penting untuk dijaga oleh perusahaan adalah karyawan, yang merupakan aset yang paling penting bagi suatu perusahaan, karena tanpa ada tenaga karyawan, kegiatan operasional perusahaan pastinya tidak akan berjalan, 91% menyatakan bahwa mereka menjamin keamanan dan keselamatan karyawan, hal ini dilakukan dengan memfasilitasi alat kesehatan maupun menerapkan sistem bekerja dari rumah. Dua hal tersebut merupakan tindakan yang termasuk dalam elemen pilihan respons.

### 4.3.3. Waktu yang Dibutuhkan Untuk Beradaptasi Dengan Situasi

Terjadinya pandemi COVID-19 merupakan salah satu bencana yang dapat mempengaruhi proses bisnis UMKM. Pada awal terjadinya pandemi COVID-19, awal bulan Maret 2020, proses bisnis UMKM sempat mengalami masa henti untuk beberapa saat. Namun seiring berjalannya waktu, para pelaku UMKM harus beradaptasi dengan situasi agar dapat tetap bertahan. Data mengenai waktu yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan situasi disajikan pada grafik 4.10 seperti berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.10

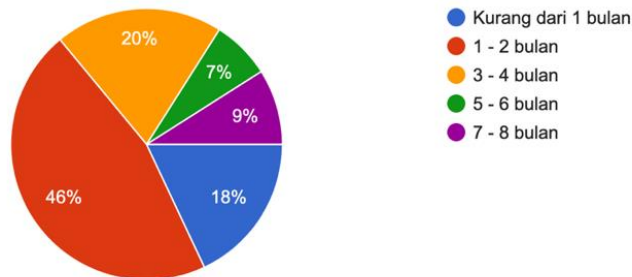
Waktu yang Dibutuhkan Untuk Beradaptasi Dengan Situasi

Dalam hal waktu yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan situasi pandemi COVID-19, 7% menyatakan mereka membutuhkan 1 hingga 2 minggu, 23% membutuhkan waktu 3 hingga 4 minggu, 45% membutuhkan waktu 1 hingga 2 bulan, 16% membutuhkan waktu 3 hingga 4 bulan, 6% membutuhkan waktu 5 hingga 6 bulan, dan 3% membutuhkan waktu 7 hingga 8 bulan.

#### 4.3.4. Waktu yang Dibutuhkan Untuk Kembali Beroperasi

Setelah mengalami masa henti beberapa saat dan berhasil beradaptasi dengan situasi pandemi COVID-19, para pelaku UMKM bangkit dan kembali beroperasi agar dapat melakukan kegiatan operasionalnya.

Waktu yang dibutuhkan untuk kembali beroperasi  
100 responses



Sumber: Hasil olah data, 2020.

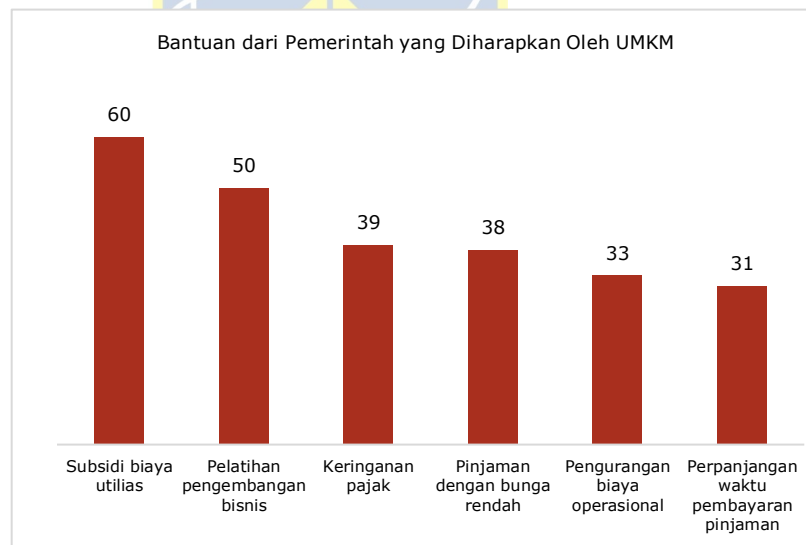
Grafik 4.11

Waktu yang Dibutuhkan Untuk Kembali Beroperasi

Dalam hal waktu yang dibutuhkan untuk kembali beroperasi secara normal, 18% menyatakan bahwa mereka membutuhkan waktu kurang dari 1 bulan, 46% membutuhkan waktu 1 hingga 2 bulan, 20% membutuhkan waktu 3 hingga 4 bulan, 7% membutuhkan waktu 5 hingga 6 bulan, dan 9% membutuhkan waktu 7 hingga 8 bulan.

#### 4.3.5. Bentuk Bantuan dari Pemerintah yang Diharapkan

Setelah diberi pertanyaan mengenai bantuan dari pemerintah yang diharapkan oleh UMKM selama masa pandemi COVID-19, diperoleh data sebagaimana disajikan pada grafik 4.12 sebagai berikut:



Sumber: Hasil olah data, 2020.

Grafik 4.12

Bantuan dari Pemerintah yang Diharapkan Oleh UMKM

Setelah diolah, didapatkan data mengenai bantuan dari pemerintah yang diharapkan oleh responden selama masa pandemi COVID-19 seperti pada grafik 4.12 dan dapat dijelaskan sebagai berikut.

Sebanyak 60 dari 100 responden menyatakan bahwa mereka mengharapkan adanya subsidi biaya utilitas dari pemerintah. Untuk hal ini, Kementrian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) sejak April 2020 telah menggulirkan stimulus keringanan tagihan listrik maupun pembebasan abonemen kepada golongan rumah tangga bersubsidi maupun industri kecil dan menengah, bisnis, sosial, dan layanan tertentu. Stimulus ini diantaranya berupa listrik gratis untuk industri kecil dan bisnis kecil berdaya 450 VA yang telah berlaku sejak Mei 2020, serta pembebasan biaya beban dan ketentuan rekening minimum untuk pelanggan bisnis, sosial, dan industri. Selain itu, PT PLN selaku operator kelistrikan nasional juga memberikan stimulus bagi pelanggan UMKM melalui program Super Merdeka berupa keringanan biaya penyambungan (BP) tambah daya sebesar 75% (indonesia.go.id).

Selain itu, 50 responden menyatakan mereka mengharapkan diadakannya pelatihan pengembangan bisnis untuk menghadapi masa pandemi COVID-19. Untuk hal ini, UMKM dapat mengikuti *workshop*, *training*, maupun *webinar* yang diselenggarakan oleh berbagai institusi maupun instansi yang mengambil topik terkait.



Di samping itu, terdapat 39 responden yang mengharapkan adanya keringanan dalam pembayaran pajak. Untuk hal ini, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan memberikan insentif pajak terhadap UMKM dengan menanggung pembayaran pajak penghasilan (PPh) Final, dan adanya penurunan tarif PPh Final menjadi 0,5% bagi UMKM yang memiliki omzet tidak lebih dari Rp 4,8 miliar per tahun. Dengan demikian wajib pajak UMKM tidak perlu melakukan setoran pajak dan pemotong atau pemungut pajak tidak melakukan pemotongan atau pemungutan pajak pada saat melakukan pembayaran kepada pelaku UMKM (pajak.go.id).

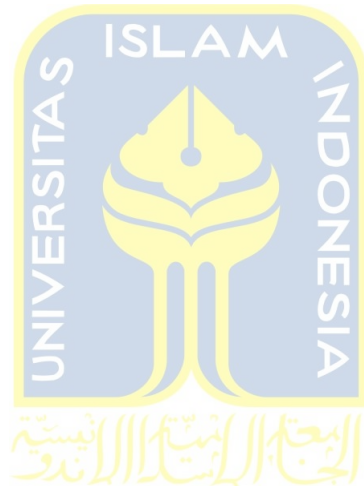
Dari total 100 responden, 38 responden diantaranya mengharapkan adanya pinjaman dengan bunga rendah dan/atau pemotongan suku bunga. Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyatakan akan mendorong bank-bank pelat merah untuk menurunkan suku bunga kredit dalam rangka mengurangi dampak ekonomi terhadap UMKM yang ditimbulkan akibat pandemi COVID-19. Melalui Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Perbankan, dan Perusahaan Pembiayaan, penundaan angsuran dan subsidi bunga untuk Usaha Mikro dan Kecil (UMK) diberikan sebesar 6% selama 3 bulan pertama dan 3% untuk 3 bulan berikutnya, serta Usaha Menengah (UM) sebesar 3% selama 3 bulan pertama dan 2% selama 3 bulan berikutnya. Melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), PNM Membina Ekonomi Keluarga Sejahtera (Mekaar), dan Pegadaian, penundaan cicilan pokok dan subsidi bunga disediakan selama 6 bulan. Selain itu, pemerintah menurunkan suku bunga KUR menjadi 6% per

tahun dari semula 7%, untuk mempercepat perkembangan UMKM. Selain itu, total plafon KUR juga ditingkatkan dari Rp 140 triliun menjadi Rp 190 triliun atau sesuai dengan ketersediaan anggaran pada APBN 2020, dan akan terus meningkat secara bertahap hingga Rp 325 triliun pada tahun 2024 (kemenkeu.go.id).

Selain itu, 33 responden mengharapkan adanya bantuan pengurangan pada biaya operasional. Hal ini dapat didapatkan oleh UMKM yang memiliki kategori makanan dan/atau minuman melalui bantuan yang diberikan oleh GoJek melalui GoFood yang telah memberikan keringanan beban biaya operasional dengan mendistribusikan paket sanitasi yang berisi perlengkapan higienis seperti sanitasi tangan dan sabun antiseptik, dan untuk keamanan makanan seperti kantong belanja GoFood dan segel pengaman seperti selotip dan kabel pengikat kemasan (gojek.com).

Sejumlah 31 responden mengharapkan adanya bantuan perpanjangan waktu dalam pembayaran pinjaman. Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa UMKM akan diberi relaksasi kredit berupa penundaan pembayaran cicilan pokok hingga penundaan pembayaran bunga. Selain itu, UMKM juga akan dimudahkan untuk mendapat pinjaman baru (depkop.go.id).

Sebagai tambahan, pelaku usaha mikro dapat mendaftarkan diri pada Program Bantuan Presiden (Banpres) Produktif untuk Usaha Mikro. Dengan syarat tidak sedang menerima kredit perbankan, usaha mikro yang telah mendaftarkan diri akan menerima bantuan sebesar Rp 2,4 juta yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan agar pelaku UMKM dapat tetap menjalankan usahanya di tengah masa pandemi COVID-19. Program Bapres ini merupakan dana hibah dan bukan pinjaman ataupun kredit sehingga penerima tidak dipungut biaya apapun dalam proses penyaluran ([depkop.go.id](http://depkop.go.id)).



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian dilakukan untuk menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang beroperasi di Indonesia. Berdasarkan pada hasil penelitian berupa kuesioner, maka kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pandemi COVID-19 memberikan dampak bagi UMKM secara operasional, keuangan, dan teknologi informasi.
2. Pada masa pandemi COVID-19, UMKM menjalankan bisnis tidak seperti biasanya dalam hal ini dikarenakan strategi yang diterapkan oleh UMKM karena beradaptasi dengan situasi yang berubah dan berdampak pada kegiatan operasional dan kondisi keuangan UMKM. Tingkat keparahan dampak yang diberikan tidak seragam, tergantung pembiayaan dan bagaimana UMKM menyikapi pandemi COVID-19 yang terjadi.
3. Masalah yang dihadapi oleh UMKM antara lain terkait dengan masalah bahan baku, proses bisnis, distribusi, pemasaran, dan berbagai masalah keuangan.
4. Identitas responden yang paling banyak menutup bisnisnya selama masa pandemi COVID-19 baik itu secara sebagian maupun sepenuhnya, berdasarkan klasifikasi usaha adalah klasifikasi usaha mikro. Sementara itu berdasarkan kategori usaha, jumlah responden yang paling banyak menutup bisnis sebagian adalah kategori usaha pakaian, sedangkan jumlah yang paling banyak menutup

bisnis sepenuhnya adalah kategori usaha makanan dan/atau minuman. Sementara itu, masalah operasional yang paling banyak dirasakan oleh responden yang menutup bisnisnya adalah masalah mengenai penurunan pada permintaan pelanggan. Dan masalah keuangan yang paling banyak dirasakan adalah masalah mengenai adanya penurunan pada penjualan.

5. Berbagai strategi telah diterapkan oleh UMKM untuk mengatasi dampak pandemi COVID-19 agar dapat bertahan bahkan berkembang, antara lain memanfaatkan teknologi, memfasilitasi alat kesehatan untuk karyawan, mengajukan pinjaman, dan melakukan alokasi aset.
6. Terhitung pada bulan November 2020, bulan ke-8 setelah terjadi pandemi COVID-19 sejak bulan Maret 2020, sebanyak 91% responden menyatakan bahwa mereka telah berhasil beradaptasi dan kemudian kembali beroperasi dalam waktu kurang dari 6 bulan.
7. Selain dampak negatif, pandemi COVID-19 juga memberikan dampak positif yang ditunjukkan dengan adanya peningkatan pada jumlah penggunaan teknologi informasi dan membuat jumlah penggunaan teknologi oleh UMKM meningkat dari sebelumnya.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Jangkauan penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti hanya mencapai UMKM yang beroperasi di 17 provinsi di Indonesia, sedangkan jumlah provinsi yang ada di Indonesia totalnya adalah sebanyak 34 provinsi.
2. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *Convenience Sampling* bersifat subyektif, sehingga sukar untuk digeneralisasi.

## 5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diberikan beberapa saran antara lain:

1. Dalam penelitian selanjutnya agar diperoleh jangkauan yang lebih luas, maka peneliti selanjutnya dapat menambah kanal dalam penyebaran kuesioner.
2. Membangun kemampuan bertahan dan menyesuaikan diri dengan kondisi yang terjadi, seperti:
  - Menyediakan layanan pemesanan *online* dan layanan antar ke rumah agar dapat tetap beroperasi sembari mengurangi kontak fisik. Berdasarkan hasil penelitian dari kuesioner yang disebar, sebanyak 94 responden menyatakan permintaan pelanggan menurun. Selain dikarenakan kebutuhan masyarakat yang sedikit bergeser dan lebih fokus pada kebutuhan akan alat kesehatan, sikap masyarakat untuk mengurangi kontak fisik dengan orang lain juga dapat mendasari masalah turunnya permintaan pelanggan.

- Memanfaatkan *e-banking* untuk terus menjalankan transaksi bisnis tanpa melakukan kontak fisik.
- Meskipun tidak semua perusahaan memiliki teknologi dan sumber daya yang mendukung untuk menjalankan bisnis secara virtual, sebaiknya perusahaan memilih kebijakan untuk sebisa mungkin mengurangi kontak fisik seperti dengan menjalankan kebijakan bekerja dari rumah. Strategi seperti ini juga akan membantu perusahaan untuk mengurangi biaya yang muncul akibat aktivitas fisik di kantor seperti biaya transport, biaya rapat, biaya Alat Tulis Kantor (ATK) seperti fotokopi dan sebagainya, biaya properti, biaya utilitas, dan biaya manajemen.
- Berfikir *out of the box* untuk bertahan dan pulih dari krisis, seperti mengubah jenis kategori usaha. Misalnya, UMKM di kategori tekstil dapat membuat alat pelindung diri (APD) dan masker, kategori industri kimia dapat memproduksi *hand sanitizer* dan cairan disinfektan, kategori industri rumahan dapat membuat face shield, kategori industri pangan dapat memproduksi makanan dan minuman yang dapat meningkatkan imunitas, dan kategori pendidikan dapat menawarkan kursus *online*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. “Pengertian Pendapatan Nasional”. Diakses 10 Desember 2020. <https://www.bps.go.id/subject/11/produk-domestik-bruto--lapangan-usaha-.html>
- Bangga Buatan Indonesia. Diakses 12 Desember 2020. <https://www.banggabuatanindonesia.co.id>
- CNBC Indonesia. “Sederet Solusi Digital yang Bikin UMKM Yakin Lalui Pandemi”. Diakses 11 Desember 2020. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20201021085758-37-195910/sederet-solusi-digital-yang-bikin-umkm-yakin-lalui-pandemi/1>
- Direktorat Jenderal Pajak. “Manfaatkan Stimulus Pajak Hingga Akhir Tahun 2020”. Diakses 3 Desember 2020. <https://www.pajak.go.id/siaran-pers/manfaatkan-stimulus-pajak-hingga-akhir-tahun-2020>
- Draheim, D., & Pirinen, R. (2011, August). Towards exploiting social software for business continuity management. In 2011 22nd International Workshop on Database and Expert Systems Applications (pp. 279-283). IEEE.
- Ghobakhloo, M., Sabouri, M. S., Hong, T. S., & Zulkifli, N. (2011). Information technology adoption in small and medium-sized enterprises; an appraisal of two decades literature. *interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(7), 53-80.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek. “Inisiatif Hadapi Pandemi: Paket Sanitasi untuk Merchant UMKM GoFood.” Diakses 3 Desember 2020. <https://www.gojek.com/blog/gofood/paket-sanitasi/>
- Halim, Stevani. (2018). “Business Continuity Management.” Diakses 1 Oktober 2020. <https://medium.com/@stevanihalim/business-continuity-management-ae5aa67f3be4>
- Halodoc. “Virus Corona – Penyebab, Gejala, dan Pencegahan.” Diakses 8 November 2020. <https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus>
- Hartomo, Giri. (2020). “Beda Krisis 1998, 2008, dan 2020.” Diakses 7 November 2020. <https://economy.okezone.com/read/2020/04/26/20/2205091/beda-krisis-1998-2008-dan-2020>



- Hiles, A. (2010). *The Definitive Handbook Of Business Continuity Management*. Third Edition. London: Wiley.
- International Labour Office (ILO). (2011). *Multi-hazard Business Continuity Management. Guide for Small and Medium Enterprises*. Programme on Crisis Response and Reconstruction.
- ISO 22300:2018. “Security and Resilience”. Diakses 1 Oktober 2020. <https://www.bsigroup.com/en-ID/ISO-22301/Introduction-to-ISO-22301/>
- Jawa Pos. “Logistik Mulai Terganggu, Pengiriman Barang jadi Lebih Lama.” Diakses 11 Desember 2020. <https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/04/04/2020/logistik-mulai-terganggu-pengiriman-barang-jadi-lebih-lama/>
- Kato, M., & Charoenrat, T. (2018). Business continuity management of small and medium sized enterprises: Evidence from Thailand. *International journal of disaster risk reduction*, 27, 577-587.
- Karunia, A. M. (2020). “Mengapa UMKM Tak Terdampak Krisis 1998? Ini Penjelasannya.” *Money.kompas.com*. Diakses 22 Oktober 2020. <https://money.kompas.com/read/2020/08/10/175110326/mengapa-umkm-tak-terdampak-krisis-1998-ini-penjelasannya>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. “Subsidi Bunga/Margin Untuk UMKM Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Diakses 12 Desember 2020. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-subsidi-bungamargin-untuk-umkm-dalam-rangka-pemulihan-ekonomi-nasional-pen/>
- \_\_\_\_\_. “Suku Bunga KUR Diturunkan untuk Percepat Pengembangan UMKM.” Diakses 3 Desember 2020. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/suku-bunga-kur-diturunkan-untuk-percepat-pengembangan-umkm/>
- Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (SDPPI). “Pandemi Bentuk Perilaku Baru Masyarakat Memanfaatkan TIK”. Diakses 15 Desember 2020. [https://www.postel.go.id/?mod=news&action=view&cid=27&page\\_id=4904&lang=en](https://www.postel.go.id/?mod=news&action=view&cid=27&page_id=4904&lang=en)

- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. "Data UMKM." Diakses 7 November 2020. <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- \_\_\_\_\_. "Kemenkop UKM Dorong Perlibatan UMKM Dalam Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah." Diakses 13 Desember 2020. <http://www.depkop.go.id/read/kemenkop-ukm-dorong-pelibatan-umkm-dalam-pengadaan-barang-dan-jasa-pemerintah>
- \_\_\_\_\_. "Program Banpres Produktif untuk Usaha Mikro." Diakses 3 Desember 2020. <http://www.depkop.go.id/read/program-banpres-produktif-untuk-usaha-mikro>
- \_\_\_\_\_. "Sektor UMKM Jadi Kunci Pemulihan Ekonomi di Tengah Pandemi." Diakses 7 November 2020. <http://www.depkop.go.id/read/sektor-umkm-jadi-kunci-pemulihan-ekonomi-di-tengah-pandemi>
- Keputusan Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana Nomor 13A Tahun 2020 Tentang Perpanjangan Status Keadaan Tertentu Darurat Bencana Wabah Penyakit Akibat Virus Corona Di Indonesia.
- Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).
- Lakuma, P. C., Sunday, N., Sserunjogi, B., Kahunde, R., & Munyambonera, E. F. (2020). How Has The COVID-19 Pandemic Impacted Ugandan Businesses? Results From A Business Climate Survey. Economic Policy Research Centre. The Uganda Business. Climate Index. Special Issue No. 01 May, 2020.
- Miliana, N., Sholihin, M. R. S., & Nurhuda, J. (2018). Pemanfaatan Website Dan Marketplace Terpadu Untuk Meningkatkan Potensi Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kabupaten Lumajang. Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital, 1(1).
- Organisation for Economic Co-Operation and Development. "Coronavirus (COVID-19): SME policy responses." (2020). Diakses 8 November 2020. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>
- Oswari, T., Suhendra, E., & Harmoni, A. (2008, August). Model perilaku penerimaan teknologi informasi: pengaruh variabel prediktor, moderating effect, dampak penggunaan teknologi informasi terhadap produktivitas dan kinerja usaha kecil. In Proceeding, Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008) Auditorium Universitas Gunadarma, Depok, 20-21 Agustus 2008. Gunadarma University.

- Our World in Data. "Coronavirus (COVID-19) Cases". Diakses 25 Desember 2020. <https://ourworldindata.org/covid-cases>
- Patma, T.S., Wardana, L.W., Wibowo, A., Narmaditya, B.S. (2020). The Shifting of Business Activities during the COVID-19 Pandemic: Does Social Media Marketing Matter? *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 7 No 12 (283-292). DOI: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.283
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).
- Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Kebijakan Keuangan Negara Dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Dan/Atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman Yang Membahayakan Perekonomian Nasional Dan/Atau Stabilitas Sistem Keuangan.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah.
- Porta, M. (Ed.). (2014). *A dictionary of epidemiology*. Oxford university press.
- Portal Informasi Indonesia. "Kasus Covid-19 Pertama, Masyarakat Jangan Panik". Diakses 2 Oktober 2020. <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik>
- \_\_\_\_\_. "Stimulus Bagi Ekonomi Rumah Tangga dan UKM". Diakses 3 Desember 2020. <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/stimulus-bagi-ekonomi-rumah-tangga-dan-ukm>
- Prater and Ghosh (2006). Chinese SMEs and Information Technology Adoption. *IIST*. Vol 8 p 313-322.
- Priambada, S. (2015). *Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)*. SESINDO 2015, 2015.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. Diakses 3 Desember 2020. <https://covid19.go.id>

- Setyawati, A., Nimran, U., Zulkhirom, M., & Kumadji, S. K. (2014). Effect of Strategic Decision, Innovation, and Information Technology Adoption on Competitive Advantages and MSME Performance Studies at MSME Food and Beverage Industry Sector in Bandung Raya. *European Journal Business and Management*, 6(35), 52-58.
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2, 100018.
- SIRCLO. “Bagaimana Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia Selama Pandemi COVID-19?” diakses 11 Desember 2020. <https://www.sirclo.com/bagaimana-perubahan-pola-konsumsi-masyarakat-indonesia-selama-pandemi-covid-19/>
- Simbolon, H.A. (2020). “BCM Menghadapi COVID-19.” Diakses 21 Oktober 2020. <https://akuntansiterapan.com/2020/03/21/business-continuity-management-menghadapi-covid-19/>
- Soto, N. F. (2020). “Where in the world will the next epidemic start?” *World Economic Forum*. Diakses 20 Oktober 2020. <https://www.weforum.org/agenda/2020/09/global-health-zoonotic-disease-covid19-coronavirus-ebola-zika/>
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 80-121.
- Tammineedi, R. L. (2010) *Business Continuity Management: A Standards-Based Approach*, *Information Security Journal: A Global Perspective*, 19:1, 36-50, DOI: 10.1080/19393550903551843
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., & Gunawan, G.M. (2020). Effect of Information Capital Readiness on Business Performance in Indonesian MSMEs: Does Online Market Orientation Matter? *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol 7 No 12 (267-274). DOI: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.267
- Tokopedia. Penuhi Kebutuhan Lebih Banyak Pembeli di Tengah Pandemi dengan Buka Toko di Tokopedia. Diakses 28 Desember 2020. <https://seller.tokopedia.com/edu/keuntungan-jualan-di-tokopedia/>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Keekarantinaan Kesehatan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

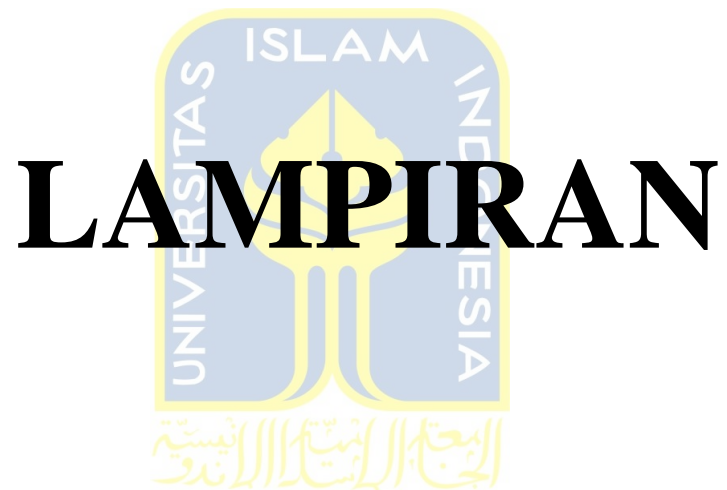
World Health Organization. Coronavirus disease (COVID-19). Diakses 8 November 2020. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

\_\_\_\_\_. Coronavirus disease (COVID-19) Weekly Epidemiological Update and Weekly Operational Update. Diakses 8 November 2020. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports/>

\_\_\_\_\_. WHO Coronavirus disease (COVID-19) Dashboard. Diakses 25 November 2020. <https://covid19.who.int>

Yakean, S. (2020). Advantages and Disadvantages of a Cashless System in Thailand during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 7 No 12 (385-388). DOI: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.385





# LAMPIRAN

## Lampiran 1

### Kuesioner Penelitian

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sebelumnya terima kasih karena telah berkenan untuk membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat kelulusan. Perkenalkan, saya Salma Ulfah Nadiyah, mahasiswi Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu seorang individu yang bekerja selaku pemilik atau manajer dari sebuah UMKM yang beroperasi di Indonesia sejak sebelum adanya pandemi COVID-19.

Tidak ada jawaban yang salah dalam skala ini selama pilihan yang Anda berikan merupakan pilihan yang paling menggambarkan kondisi yang Anda alami. Data dan informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya, dan akan digunakan secara bijak dalam koridor pengerjaan tugas akhir untuk kepentingan akademik.

Terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat saya,

Salma Ulfah Nadiyah.

## Data Demografi Responden.

Pada bagian ini akan menggali informasi mengenai demografi responden.

Posisi kerja di perusahaan, Anda adalah:

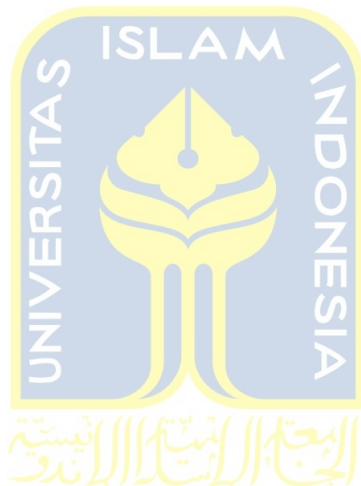
- Pemilik
- Manajer

Jenis Kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

Usia:

- <17
- 17-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65



Klasifikasi Usaha:

- Usaha Mikro (Aset s/d 50 Juta atau Omzet s/d Rp 300 Juta per tahun)
- Usaha Kecil (Aset > 50 Juta s/d 500 Juta atau Omzet > Rp 300 Juta s/d Rp 2,5 Miliar per tahun)
- Usaha Menengah (Aset > 500 Juta s/d 10 Miliar atau Omzet > Rp 2,5 Miliar s/d Rp 4,5 Miliar per tahun)



Kategori Usaha:

- Makanan dan/atau Minuman
- Pakaian
- Pertanian
- Transportasi
- Travel dan pariwisata (*travel and tourism*)
- Lainnya (...)

Lama perusahaan berdiri:

- < 2 tahun
- 2 – 5 tahun
- > 5 tahun

Wilayah beroperasi:

- |                    |                     |                      |
|--------------------|---------------------|----------------------|
| ○ Aceh             | ○ Jawa Barat        | ○ Kalimantan Timur   |
| ○ Sumatera Utara   | ○ Jawa Tengah       | ○ Kalimantan Selatan |
| ○ Sumatera Barat   | ○ Jawa Timur        | ○ Gorontalo          |
| ○ Riau             | ○ Daerah Istimewa   | ○ Sulawesi Utara     |
| ○ Kepulauan Riau   | ○ Yogyakarta        | ○ Sulawesi Barat     |
| ○ Jambi            | ○ Bali              | ○ Sulawesi Tengah    |
| ○ Bengkulu         | ○ Nusa Tenggara     | ○ Sulawesi Tenggara  |
| ○ Sumatera Selatan | ○ Barat             | ○ Sulawesi Selatan   |
| ○ Kepulauan Bangka | ○ Nusa Tenggara     | ○ Maluku Utara       |
| ○ Belitung         | ○ Timur             | ○ Maluku             |
| ○ Lampung          | ○ Kalimantan Utara  | ○ Papua Barat        |
| ○ Banten           | ○ Kalimantan Barat  | ○ Papua              |
| ○ DKI Jakarta      | ○ Kalimantan Tengah |                      |



### **Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Kegiatan Operasional UMKM.**

Pada bagian ini akan menggali informasi mengenai bagaimana dampak dari pandemi COVID-19 terhadap kegiatan operasional UMKM.

Masalah yang Dihadapi Selama Masa Pandemi COVID-19			
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
1	Mengalami hambatan dalam memperoleh bahan baku.	Ya	Tidak
2	Harga bahan baku mengalami kenaikan.	Ya	Tidak
3	Adanya penurunan permintaan pelanggan.	Ya	Tidak
4	Mengalami hambatan dalam proses produksi.	Ya	Tidak
5	Pengiriman barang menjadi lebih lama.	Ya	Tidak
6	Biaya pengiriman mengalami kenaikan.	Ya	Tidak
7	Mengalami hambatan dalam pemasaran secara langsung ( <i>direct marketing</i> ) kepada pelanggan.	Ya	Tidak
8	Mengalami hambatan mengidentifikasi calon pelanggan.	Ya	Tidak
9	Lainnya (...)		

Strategi yang Diterapkan Untuk Menghadapi Perubahan Situasi			
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
9	Mengubah jenis kategori usaha.	Ya	Tidak
10	Memanfaatkan teknologi.	Ya	Tidak
11	Memfasilitasi alat kesehatan untuk karyawan seperti masker, sarung tangan, <i>hand sanitizer</i> , dsb.	Ya	Tidak
12	Menerapkan sistem bekerja dari rumah.	Ya	Tidak
13	Mengurangi jumlah karyawan.	Ya	Tidak

### **Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Kondisi Keuangan UMKM.**

Pada bagian ini akan menggali informasi mengenai bagaimana dampak dari pandemi COVID-19 terhadap kondisi keuangan UMKM.

Dampak Keuangan yang Dirasakan Selama Masa Pandemi COVID-19			
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
14	Mengalami penurunan nilai aset.	Ya	Tidak
15	Mengalami hambatan dalam membayar kewajiban seperti pinjaman, utang, dll.	Ya	Tidak
16	Mengalami hambatan dalam memperoleh modal.	Ya	Tidak
17	Mengalami penurunan penjualan.	Ya	Tidak
18	Mengalami kenaikan beban ( <i>expense</i> ).	Ya	Tidak
19	Mengalami penurunan nilai investasi.	Ya	Tidak

Strategi Keuangan yang Diterapkan Selama Masa Pandemi COVID-19			
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
20	Menutup bisnis sebagian.	Ya	Tidak
21	Menutup bisnis sepenuhnya.	Ya	Tidak
22	Menurunkan harga produk atau jasa.	Ya	Tidak
23	Mengurangi gaji karyawan.	Ya	Tidak
24	Mengajukan pinjaman.	Ya	Tidak
25	Melakukan alokasi aset.	Ya	Tidak

### Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Adopsi Teknologi UMKM.

Pada bagian ini akan menggali informasi mengenai bagaimana adopsi teknologi UMKM sebelum dan setelah terjadi pandemi COVID-19.

Adanya Adopsi Teknologi Sebelum Terjadi Pandemi			
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
26	Memanfaatkan media sosial (zoom, google meet, instagram, twitter, facebook).	Ya	Tidak
27	Memanfaatkan <i>marketplace</i> (gojek, grab, tokopedia, shopee, dll).	Ya	Tidak
28	Menggunakan alat pembayaran digital.	Ya	Tidak
29	Memiliki situs web.	Ya	Tidak
30	Memiliki aplikasi.	Ya	Tidak

Adanya Adopsi Teknologi Sejak Terjadi Pandemi (Bentuk Adaptasi Sejak Terjadi Pandemi)			
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
31	Memanfaatkan media sosial (zoom, google meet, instagram, twitter, facebook).	Ya	Tidak
32	Memanfaatkan <i>marketplace</i> (gojek, grab, tokopedia, shopee, dll).	Ya	Tidak
33	Menggunakan alat pembayaran digital.	Ya	Tidak
34	Memiliki situs web.	Ya	Tidak
35	Memiliki aplikasi.	Ya	Tidak

### **Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan oleh UMKM.**

Pada bagian ini akan menggali informasi mengenai bagaimana manajemen keberlangsungan bisnis UMKM selama masa pandemi COVID-19.

Manajemen Kelangsungan Bisnis yang Diterapkan			
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	
36	Mempunyai skenario bertahan dalam kondisi krisis.	Ya	Tidak
37	Memberikan perlindungan pada perusahaan (contoh: asuransi).	Ya	Tidak
38	Melakukan penilaian resiko.	Ya	Tidak
39	Mengidentifikasi aset prioritas.	Ya	Tidak
40	Mencadangkan ( <i>back up</i> ) dokumen dan data penting.	Ya	Tidak
41	Memastikan pemasok dapat memenuhi bahan baku yang dibutuhkan pada proses produksi.	Ya	Tidak
42	Memastikan tidak ada hambatan komunikasi.	Ya	Tidak
43	Melakukan sosialisasi kepada karyawan mengenai rencana kelangsungan bisnis.	Ya	Tidak
44	Melakukan sosialisasi kepada karyawan mengenai kesadaran tentang prosedur darurat dan peran serta tanggung jawab mereka.	Ya	Tidak
45	Menjamin keamanan dan keselamatan karyawan.	Ya	Tidak

### **Masa Pemulihan dan Bantuan dari Pemerintah yang Diharapkan.**

Pada bagian ini akan menggali informasi mengenai masa pemulihan untuk dapat beradaptasi dengan situasi dan kembali beroperasi secara normal serta bantuan dari pemerintah yang diharapkan oleh UMKM.

Waktu yang dibutuhkan untuk beradaptasi dengan situasi pandemi COVID-19.

- 1 – 2 minggu
- 3 – 4 minggu
- 1 – 2 bulan
- 3 – 4 bulan
- 5 – 6 bulan
- 7 – 8 bulan

Waktu yang dibutuhkan untuk kembali beroperasi.

- Kurang dari 1 bulan
- 1 – 2 bulan
- 3 – 4 bulan
- 5 – 6 bulan
- 7 – 8 bulan



Bentuk bantuan dari pemerintah yang diharapkan.

- Pelatihan pengembangan bisnis bagi UMKM untuk menghadapi masa pandemi COVID-19.
- Pengurangan biaya operasional (komisi penjualan, tunjangan karyawan dan kontribusi pensiun, transportasi dan perjalanan, amortisasi dan depresiasi, sewa, perbaikan, dll)
- Subsidi dalam biaya utilitas (listrik, air).
- Keringanan pajak.
- Pinjaman dengan bunga rendah dan/atau pemotongan suku bunga.
- Perpanjangan waktu pembayaran pinjaman.
- Lainnya (...)

