
STRATEGI UMK KREATIF MENGHADAPI PEMULIHAN ERA KEBIASAAN BARU PADA MASA PANDEMI COVID

Bustami^{1*}, Rio Laksamana²,
Universitas Tanjungpura

INFO ARTIKEL**Riwayat Artikel:**

Received : December 8th, 2022

Revised : December 20th, 2022

Accepted : January 5th, 2023

Keywords:

pandemic, recovery, new habits, MSMEs, covid-19

Kata Kunci:

pandemi, pemulihan, kebiasaan baru, UMKM, Covid-19

ABSTRACT

This study aims to find out how the strategies for constraints and creative MSEs deal with new era recovery habits during the Covid-19 pandemic in Pontianak City, using a quantitative descriptive research method. Based on the results of the discussion, it can be concluded that first, most MSEs have adapted to new living conditions by following government policies using a different marketing strategy than before, namely by using social media. The second result is that some MSEs are not technologically literate and have not utilized social media as a product marketing tool.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana Strategi dan kendala UMK kreatif menghadapi pemulihan era kebiasaan baru pada masa pandemi Covid-19 di Kota Pontianak, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan penelitian ini pertama sebagian besar UMK telah beradaptasi dengan kondisi kehidupan baru, dengan mengikuti kebijakan-kebijakan pemerintah menggunakan strategi pemasaran yang berbeda dari sebelumnya, yaitu dengan menggunakan media sosial. Hasil yang ke dua yaitu adanya sebagian UMK belum melek teknologi dan belum memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran produk.

*Corresponding author :

Address : Pontianak, Indonesia

E-mail : riolaksamana@ekonomi.untan.ac.id

I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif terhadap sejumlah sektor kehidupan masyarakat secara global. Berdasarkan data terbaru yang dirilis oleh World o Masters, jumlah kasus Covid-19 dunia pada Senin, 17 Mei 2021 telah mencapai 163.701.210 kasus. Dalam data tersebut, negara yang paling tinggi kasusnya Amerika Serikat dan India, masing-masing memiliki total kasusu sebesar 33.713.438 dan 24.964.925 kasus. Sedangkan Indonesia berada di posisi 20 besar dengan 1.739.750 kasus (Nurfajriani, 2021).

Pemerintah Indonesia melalui kementerian kesehatan mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB), dengan tujuan mempermudah dan mempercepat penanganan pandemi Covid-19. Pembatasan tersebut meliputi sekolah-sekolah, kampus-kampus, tempat kerja, pembatasan kegiatan agama, pembatasan di tempat atau fasilitas umum, adanya jam malam, sampai pembatasan kegiatan lainnya yang dapat menimbulkan keramaian.

Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 Tahun 2020 berdampak kepada berbagai sektor, dari kesehatan, pendidikan, hingga ekonomi. Tercatat berdasarkan data pertumbuhan ekonomi pada triwulan ke IV 2020 adalah sebesar -2,19 persen. Ini mengartikan bahwa ekonomi Indonesia tahun 2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 2,07 persen, dibandingkan dengan 2019 (bps., 2021).

Usaha Mikro dan Kecil (UMK) salah satu sektor yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi yang sangat merasakan dampaknya. Data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tentang Perkembangan Data UMKM dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 – 2019 adalah sebanyak 64.199.606 unit usaha. Dengan rincian UMKM berjumlah sebesar 64.194.057 unit usaha (98,68% Usaha Mikro, 1,22 % usaha Kecil, 0,10% usaha menengah), sedangkan UB hanya berjumlah sebesar 5.550 unit usaha. Artinya jumlah UMKM pada tahun 2019 memiliki persentase sebesar 99,9 persen (Kemenkopukm, 2020).

Tabel 1. Perkembangan Data UMKM dan Usaha Besar (UB)

Indikator	Satuan	Tahun 2018		Tahun 2019	
		Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)
Unit Usaha (A+B)	(Unit)	64.199.606	100,00	65.471.134	100,00
A. UMKM	(Unit)	64.194.057	99,99	65.465.497	99,99
- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	63.350.222	98,68	64.601.352	98,67
- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	783.132	1,22	798.679	1,22
- Usaha Menengah		60.702	0,09	65.465	0,10
B. (UM)		5.550	0,01	5.637	0,01

Sumber: (Kemenkopukm, 2020)

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKMM (Kemenkop UKM) menerima laporan sebanyak 949 pelaku koperasi dan UMKM yang terdampak wabah pandemi Covid-19. Adapun keluhan para pelaku UMKM sebagai berikut :

Tabel 2. Data Keluhan UMKM

Nomor	Keterangan	Daerah
1	Penjualan menurun sebanyak 774 koperasi dan UMKM atau setara dengan 68 persen, mengeluh penjualannya menurun akibat dampak wabah virus corona.	DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DIY, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Bengkulu, Bali, Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan dan Kalimantan Selatan
2	Kesulitan bahan baku sebanyak 63 koperasi dan UMKM atau 6 persen,	Banten, DKI Jakarta, DIY, Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Jawa Barat, Jawa Timur dan Jawa Tengah

	menyatakan mengalami kesulitan bahan baku	
3	Distribusi terhambat sebanyak 111 koperasi dan UMKM atau setara dengan 10 persen menyatakan mengalami distribusi yang terhambat	Yogyakarta, Jawa Barat, Jawa Timut, Jawa Tengah, Kalimantan Barat, DKI Jakarta, Riau, Sulawesi Utara dan Banten
4	Kesulitan permodalan Sebanyak 141 koperasi dan UMKM atau setara dengan 12 persen, menyatakan mengalami masalah permodalan	Banten, DKI Jakarta, Jateng, Jatim, Kalimantan Selatan, Kalimantan Barat, Kalimantan Utara, Kalimantan Timur, Bali, Jambi, Jawa Barat, Yogyakarta, Bali dan Kepulauan Riau
5	Produksi terhambat Sebanyak 42 koperasi dan UMKM atau setara dengan 4 persen, menyatakan mengalami produksi yang terhambat	Banten, Jabar, Jateng, Jatim, Yogyakarta, Bengkulu, Kepulauan Riau, dan DKI Jakarta (Catriana, 2020)

Sumber : Kompas.com

Dalam program besar penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional untuk merespons dampak pandemi Covid-19, pemerintah memprioritaskan dukungan terhadap UMKM, hal ini tampak dari adanya alokasi anggaran khusus mendukung UMKM, restrukturisasi kredit UMKM, kredit modal kerja UMKM, pemberian insentif PPh dan digitalisasi UMKM (kompaspedia, 2020). Hasilnya dapat terlihat dari data pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami perbaikan pada tiga triwulan terakhir, triwulan ke II sebesar -5,32 persen, triwulan ke III sebesar -3,49 persen, dan triwulan ke IV sebesar -2,19 persen (Haryono, 2021).

Dimasa pandemi Covid-19 UMKM dihadapkan dengan kebiasaan baru (new normal), adanya pergeseran dan perubahan dalam pola penjualan serta pembelian konsumen. Adanya pembatasan peraturan pemerintah untuk selalu menjaga jarak atau mengurangi kontak serta tidak keluar rumah, otomatis mengubah kebiasaan perilaku masyarakat. Dan inilah menjadi tantangan bagi para pelaku UMKM untuk terus bertahan dan tumbuh di masa pandemi ini.

Provinsi Kalimantan Barat yang memiliki 2 kota, 12 kabupaten, 99 kelurahan dan 2031 desa (wikipedia, 2021) harus dapat mengidentifikasi secara detil pada level kota, kabupaten, dan desa, sehingga pemerintah daerah memiliki gambaran dan data yang akurat tentang strategi apa yang akan dilakukan pada masing-masing daerah. Selanjutnya melakukan pendampingan usaha dan implementasi kebiasaan baru.

II. KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Usaha Mikro Kecil (UMK) yang mempunyai peran penting dalam pembangunan nasional antara lain: berperan dalam pertumbuhan nasional, penyerapan tenaga kerja dan pendistribusian hasil pembangunan.

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan. 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.

Permasalahan krusial yang dihadapi oleh UMK adalah keterbatasan modal usaha, mata rantai pemasaran dan posisi tawar menawar produk yang lemah serta masih rendahnya kualitas SDM. Salah satu penyebab keterbatasan modal UMK, adalah sulitnya mengakses ke lembaga keuangan (terutama bank-bank umum) Penelitian pada UKM di Negeria (Mohammed Isah Bazza, 2014, hal. 432-441), menunjukkan bahwa, UKM di Negeria mengalami kesulitan untuk mengakses sumber-sumber pembiayaan pada lembaga keuangan konvensional. Selain itu, sumber pembiayaan tersebut mahal dan tidak layak, tidak efektif, dan tidak efisien.

Selanjutnya kurangnya UMK dalam menguasai informasi pasar (*asymmetric information*), berdampak pada lemahnya kemampuan dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan ke luar

daerah. Penelitian Md. Aminul Islam at al, mengungkapkan bahwa karakteristik pengelola usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMK di Bangladesh (Md. Aminul Islam, March 2011, hal. 289 – 299).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini; antara lain: Hardilawati (2020) strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19 melalui perdagangan secara e-commerce atau pemasaran digital, perbaikan kualitas produk dan optimalisasi hubungan dengan pelanggan.

Amri (2020) dampak covid-19 terhadap penurunan omset UMKM dan koperasi di Indonesia sangat signifikan. Sektor pariwisata, usaha makanan dan minuman, kerajinan sampai konsumsi rumah tangga mengalami dampak.

Rosita (2020) pengaruh pandemi Covid-19 terhadap penurunan omset UMKM di Indonesia sangat signifikan. Diantara usaha yang mengalami dampak penurunan omset lain sektor akomodasi, pariwisata, usaha kuliner, pedagang besar/ecer, bengkel moda transportasi.

Pratiwi dkk (2020) menemukan bahwa agribisnis adalah jenis usaha yang paling mengalami peningkatan omset disaat pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang, sedangkan kriya, perdagangan, jasa, pariwisata dan kuliner mengalami penurunan omset.

Sutrisno (2021). Strategi pemulihan ekonomi Indonesia di sektor UMKM; memberikan pendampingan kepada pelaku usaha, pemberian insentif perpajakan, relaksasi dan restrukturisasi kredit, perluasan pembiayaan modal kerja, *product support*, dan pelatihan *e-learning*. Strategi pemulihan ekonomi di bidang pariwisata, pengembangan produk pariwisata, pengembangan destinasi wisata, pengembangan sumber daya manusia pariwisata, pengembangan kelembagaan pariwisata, dan pengelolaan infrastruktur pariwisata.

Khasanah (2020) upaya pemulihan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 melalui pelatihan pada pengrajin anyaman pandan, menghasilkan pemahaman pengrajin anyaman pandan mengenai strategi pemasaran bertambah, kemampuan dalam menganalisis pasar bertambah dan keterampilan dalam merumuskan strategi pemasaran juga bertambah.

Chaerani & dkk (2020) dalam pemetaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada masa pandemi Covid-19 diperoleh data 39,5% subjek penelitian pelaku usaha mengalami penurunan penjualan produk, 34,9% mengalami penjualan meningkat, dan sisanya 25,6% tidak mengalami perubahan penjualan.

Arianto (2020) mengungkapkan *bahwa pengembangan UMKM digital telah menjadi alternatif penyelamatan sekaligus pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia pada masa pandemi Covid-19.*

Salam (2020) tentang perilaku produksi di tengah krisis global akibat pandemi Covid-19 dan memanfaatkan media *online* facebook sebagai alternatif pasar, menghasilkan adanya penurunan melemahnya perekonomian yang diakibatkan kebijakan pemerintah tentang kegiatan *social distancing*. Pasar-pasar sepi, pedagang-pedagang kecil juga ikut sepi karena masyarakat banyak yang melakukan kegiatan di rumah. Perusahaan dan juga UMK akan mengalami kerugian yang tak bisa dihindarkan akibat adanya pandemi Corona virus, karena produk yang dipasarkan sepi pembeli.

Kiky (2020) efek Covid-19 Terhadap Pasar Modal Indonesia, menghasilkan bahwa IHSG secara signifikan menurun dan kehilangan hampir 50% dari nilai awal di Desember 2019.

Rachmaniar (2020) menyimpulkan bahwa pandemik Covid-19 mengakibatkan penurunnya perekonomian pasar: kesulitan penawaran antara penjual dan pembeli, sistem pasar terhambat; terjadi lonjakan harga karena pedagang tidak berjualan secara bebas.

Mc Kibbin & Fernando (2020) tentang *The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19*, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wabah yang ada dapat secara signifikan mempengaruhi ekonomi global dalam jangka pendek. Skala biaya yang mungkin dapat dihindari dengan investasi

yang lebih besar dalam sistem kesehatan masyarakat di semua negara tetapi khususnya di negara-negara yang kurang berkembang.

Chinazzi & dkk (2020), *The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak*. Menghasilkan kesimpulan bahwa kebijakan pemerintah dengan melarangan atau adanya batasan bagi para wisatawan untuk berkunjung di Kota Wuhan, mengakibatkan penurunan atau lumpuhnya pariwisata.

III. METODA PENELITIAN

Penelitian ini merupakan *applied Research* (penelitian terapan). Objek dalam penelitian ini adalah UMK kreatif yang tersebar pada enam kecamatan dalam lingkup administratif Kota Pontianak, Kecamatan Pontianak Kota, Kecamatan Pontianak Selatan, Kecamatan Pontianak Tenggara, Kecamatan Pontianak Barat, Kecamatan Pontianak Timur, dan Kecamatan Pontianak Utara. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kepemudaan, Olah Raga dan Pariwisata Kota Pontianak sampai dengan tahun 2018 tercatat sebanyak 455 (empat ratus lima puluh lima) ekonomi kreatif. Data yang tercatat ini adalah usaha formal (yang memiliki izin usaha).

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMK di Kota Pontianak. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2010). Yang dijadikan sampel pada penelitian ini berjumlah 100 pelaku UMK, dengan distribusi sbb:

Tabel 3. Distribusi Sampel per Kecamatan di Kota Pontianak

No	Kecamatan	Sampel
1	Pontianak Timur	15
2	Pontianak Utara	16
3	Pontianak Barat	18
4	Pontianak Kota	20
5	Pontianak Tenggara	16
6	Pontianak Selatan	15
Total		100

Sumber : Data Olahan.

Skala Likert atau Likert Scale adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan (teknikelektronika, 2021). Tingkat persetujuan yang dimaksud dalam skala Likert ini terdiri dari 5 pilihan skala yang mempunyai gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). 5 pilihan tersebut diantaranya adalah :

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Ragu-ragu (RG)/Netral (N)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setu (STS)

Agar dapat dihitung dalam bentuk kuantitatif, jawaban-jawaban dari Responden tersebut dapat diberi bobot nilai atau skor likert seperti dibawah ini :

- SS = Sangat Setuju, diberi nilai 5
- S = Setuju, diberi nilai 4
- RG = Ragu-ragu, diberi nilai 3

- TS = Tidak Setuju, diberi nilai 2
- STS = Sangat Tidak Setuju, diberi nilai 1

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Letak Wilayah

Kota Pontianak merupakan ibukota Propinsi Kalimantan Barat dengan luas wilayah Kota Pontianak mencapai 107,82 km². Secara administrasi Kota Pontianak dibagi menjadi 6 (enam) Kecamatan dan 29 (Dua Puluh Sembilan) Kelurahan diantaranya Kecamatan Pontianak Barat seluas 16,94 Km², Kecamatan Pontianak Kota seluas 15,51 Km², Kecamatan Pontianak Selatan seluas 14,54 Km², Kecamatan Pontianak Tenggara seluas 14,83 Km², Kecamatan Pontianak Timur seluas 8,78 Km² dan Kecamatan Pontianak Utara seluas 37,22 Km².

Kota Pontianak terletak pada 0° 02' 24" Lintang Utara sampai dengan 0° 05' 37" Lintang Selatan, dan 109° 16' 25" Bujur Timur sampai dengan 109° 23' 01" Bujur Timur. Berdasarkan garis lintang, maka Kota Pontianak dilalui garis khatulistiwa dengan ketinggian berkisar antara 0,10 meter sampai 1,50 meter diatas permukaan laut.

Wilayah Kota Pontianak secara keseluruhan berbatasan dengan wilayah Kabupaten Mempawah dan Kabupaten Kubu Raya. Adapun batas-batas wilayahnya sebagai berikut :

1. Bagian Barat berbatasan dengan Kecamatan Sungai Kakap (Sungai Rengas) Kab. Kubu Raya dan Siantan (Wajok Hulu) Kab. Pontianak.
2. Bagian Utara berbatasan dengan Kecamatan Siantan (Desa Wajok Hulu) Kecamatan Sungai Ambawang (Desa Kuala Ambawang, Desa Mega Timur & Desa Jawa Tengah).
3. Bagian Selatan berbatasan dengan Kecamatan Sungai Kakap (Desa Punggur Kecil), dan Kecamatan Sungai Raya Kab. Kubu Raya.
4. Bagian Timur berbatasan dengan Kecamatan Sungai Ambawang (Mega Timur dan Ambawang Kuala) dan Sungai Raya (Kapur dan Sungai Raya) Kab. Kubu Raya
5. Bagian Tenggara berbatasan dengan Kecamatan Sungai Kakap dan Sungai Raya (Desa Punggur Kecil) Kab Kubu Raya, Kecamatan Pontianak Timur dan Selatan (Administrator, 2018).

Tabel 4. Jumlah Penduduk Kota Pontianak

Tahun	2018	2019	2020	2021
Jumlah	637.723	646.661	658.685	672.440

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Data jumlah penduduk kota Pontianak pada semester I tahun 2021 adalah berjumlah 672.440 jiwa. Berdasarkan data tabel 4, rata-rata pertumbuhan jumlah penduduk kota Pontianak naik sebesar 1,75 persen dalam waktu 4 (empat) tahun. Pada Semester I Tahun 2021 penduduk di Kecamatan Pontianak Timur, Kecamatan Pontianak Utara, Kecamatan Pontianak Kota dan Kecamatan Pontianak Tenggara mengalami peningkatan. Sedangkan untuk Kecamatan Pontianak Selatan dan Kecamatan Pontianak Barat mengalami penurunan jumlah penduduk.

Kecamatan Pontianak Selatan, pada semester II Tahun 2020 jumlah penduduknya adalah 93.833 jiwa, turun sebanyak 106 jiwa menjadi 93.727 jiwa pada semester I Tahun 2021. Kecamatan Pontianak Timur jumlah penduduk semester II Tahun 2020 adalah 106.786 jiwa, naik sebanyak 523 jiwa menjadi 107.309 jiwa pada semester I Tahun 2021. Kecamatan Pontianak Barat pada semester II tahun 2020 memiliki jumlah penduduk 150.898, turun sebanyak 92 jiwa menjadi 150.806 jiwa pada semester I tahun 2021.

Kecamatan Utara mengalami peningkatan sebanyak 37 jiwa dari berpenduduk 145.041 jiwa, pada semester II tahun 2020 menjadi 145.078 pada semester I Tahun 2021. Kecamatan Pontianak

Kota mengalami peningkatan sebanyak 359 dari 126.034 jiwa pada semester II tahun 2020 menjadi 126.393 pada semester I Tahun 2021. Dan Kecamatan Pontianak Tenggara mengalami peningkatan sebanyak 121 jiwa dari berjumlah 49.006 jiwa pada semester II tahun 2020 menjadi 49.127 jiwa pada semester I Tahun 2021.

Penduduk terbanyak terdapat di Kelurahan Sungai Beliang dengan jumlah penduduk sebanyak 58.381 jiwa yang terdiri dari 29.410 penduduk laki-laki dan 28.971 penduduk perempuan. Sedangkan Kelurahan yang memiliki penduduk paling sedikit adalah Kelurahan Tengah dengan jumlah penduduk sebanyak 7.519 yang terdiri dari 3.784 jiwa penduduk laki-laki dan 3.735 jiwa penduduk perempuan (disdukcapil, 2021).

Perekonomian Kota Pontianak tersebar merata di 6 (enam) wilayah yang dimiliki. Terlihat dari data tabel 5 tentang data UMKM Kota Pontianak dalam 5 (lima) tahun terakhir :

Tabel 5. Data UMKM Kota Pontianak 5 Tahun Terakhir

Wilayah	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Pontianak Barat	1.096	1.129	1.255	5.138	6.052
Pontianak Selatan	1.581	1.614	2.838	7.205	7.541
Pontianak Utara	562	605	1.713	3.366	3.631
Pontianak Timur	1.068	1.102	907	2.804	2.343
Pontianak Kota	2.717	2.752	1.203	8.361	8.782
Pontianak Tenggara	788	809	668	1.832	2.157
Total	7.812	8.011	8.584	28.706	30.506

Sumber (data.pontianakkota, 2021)

Tabel 5 menggambarkan data UMKM di Kota Pontianak dalam 5 tahun terakhir menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan. Di tahun 2020 jumlah UMKM sebanyak 30.506 naik 74,39 persen dari tahun 2016 yang hanya sebesar 7.812.

B. Pembahasan

a). Karakteristik Responden

Berdasarkan sebaran kuesioner dibagikan sebanyak 100 kuesioner kepada para pengusaha UMK di 6 (enam) wilayah Kota Pontianak. Dari tebaran didapatkan kuesioner yang dikembalikan sejumlah 93 kuesioner atau 93 persen sekaligus akan diolah menjadi data penelitian, sedangkan sebanyak 7 kuesioner atau 7 persen tidak dikembalikan.

Berikut data responden pengusaha UMK berdasarkan wilayah tebaran kuesioner di Kota Pontianak:

Tabel 6. Responden UMK Berdasarkan Wilayah

No	Nama Kecamatan	Jumlah UMK Yang Disurvey
1	Pontianak Timur	9
2	Pontianak Utara	7
3	Pontianak Barat	18
4	Pontianak Kota	31
5	Pontianak Tenggara	23
6	Pontianak Selatan	5
Provinsi Kalimantan Barat		93

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 6 menggambarkan tebaran kuesioner berdasarkan wilayah lokasi usaha UMK yang menjadi responden penelitian. Yang paling banyak UMK menjadi responden penelitian adalah wilayah kecamatan Pontianak Kota yaitu sebanyak 31 responden atau 33 persen, diikuti urutan kedua wilayah kecamatan Pontianak Tenggara sebanyak 23 responden atau 25 persen. Dan responden yang paling sedikit berada di wilayah kecamatan Pontianak Timur, kecamatan Pontianak Utara dan kecamatan Pontianak Selatan, masing-masing berjumlah 9, 7 dan 5 responden.

Tabel 7. Responden UMK Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	47	50,54
Perempuan	46	49,46
Jumlah	93	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 7 menggambarkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 47 responden dengan persentase 50,54 persen, sedangkan dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 46 responden dengan persentase 49,46 persen.

Tabel 8. Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	Tidak Sekolah	0
2	SD	2
3	SMP	1
4	SMA	44
5	S1	39
6	S2	5
7	S3	0
Total		93

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 8 menggambarkan responden berdasarkan pendidikan yang paling banyak menjadi narasumber adalah berpendidikan SMA sebanyak 44 responden atau 47,31 persen dan ditempat kedua S1 sebanyak 39 responden atau 41,94 persen.

b). Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.

Sebagai penggerak ekonomi negara serta penyerap tenaga kerja, usaha mikro, dan kecil (UMK) mengalami kerugian yang besar karena kegiatan usaha mereka tersendat dan mengalami penurunan pemasukan yang drastis akibat pandemi Covid-19 diberbagai jenis usaha .Berikut data responden pengusaha UMK berdasarkan jenis usahanya:

Tabel 9. Responden UMK Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Banyak UMK
1	Kuliner	28
2	Lainnya	20
3	Kelontong/Sembako	8
4	Pakaian	8
5	Usaha Online	5
6	Industri Makanan	5

7	Laundry	4
8	Desain Grafis	3
9	Salon	2
10	Elektronik	2
11	Konter Handphone	2
12	Kerajinan Tangan	2
13	Travel	2
14	Pertanian/Perkebunan/Perternakan	1
15	Bengkel	1
Total		93

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 9 menggambarkan jenis usaha yang paling banyak menjadi sumber responden adalah jenis usaha kuliner yaitu sebanyak 28 responden atau 30,11 persen, dan diikuti usaha lainnya sebanyak 20 responden atau 21,50 persen dari seluruh responden. Dan yang paling sedikit menjadi sumber responden adalah jenis usaha bengkel dan pertanian, masing-masing hanya 1 responden atau 1,08 persen.

c). Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha

Kegiatan usaha dapat dikatakan Usaha Mikro Kecil (UMK) berdasarkan pada aset dan omzet yang dimiliki oleh pelaku usaha, ini sesuai dengan peraturan peundang-undangan No. 20 tahun 2008. Berikut data responden pengusaha UMK berdasarkan pendapatan usaha:

Tabel 10. Responden UMK Berdasarkan Pendapatan Sebelum Covid-19

Omset	Jumlah
< 300 Juta	64
300 Juta – 2,5 Miliar	29
Total	93

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih maksimal Rp. 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan omset maksimal Rp. 300 juta. Dari Data tabel 10 menggambarkan jenis usaha mikro, jenis usaha yang paling banyak menjadi responden yaitu sebanyak 64 responden atau 68,82 persen, sedangkan sisanya sebesar 29 responden atau 31,18 persen berasal dari usaha kecil. Dimana kriteria usaha kecil memiliki kekayaan bersih berkisaran lebih dari Rp.50 juta sampai Rp. 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan usaha), dengan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta sampai paling banyak Rp. 2,5 miliar.

d). Diskriptif Hasil Penelitian

Secara umum persepsi pengusaha UMK terhadap kondisi ekonomi saat ini terpantau membaik, terutama membaiknya perkembangan aktivitas ekonomi, kegiatan usaha dan penghasilan masyarakat. Persepsi ini ada seiring pelonggaran kebijakan pembatasan mobilitas di berbagai wilayah Indonesia sebagai dampak respons penanganan pandemi Covid-19 yang makin baik.

Di kuartal III tahun 2021 Indonesia membukukan pertumbuhan ekonomi 3,51 persen, menurut Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Febrio Kacaribu angka tersebut merupakan hal yang positif mengingat terjadinya eskalasi kasus Varian Delta Covid-19 dan penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level IV di awal Juli 2021. Kebijakan yang terkait dengan penanganan Covid-19 berdampak cukup signifikan pada mobilitas masyarakat yang turun hingga

rata-rata 17,6 persen di bawah level pra-pandemi, yang terbukti menghasilkan menekan tingkat penyebaran kasus Covid-19 (Faqir, 2021).

UMK yang merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia kini harus mengubah peta kompetisi bisnis akibat adanya kebijakan-kebijakan dalam mengatasi pandemi. Dimana konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital, dengan demikian para pengusaha UMK di berbagai sektor harus segera beradaptasi dalam menghadapi kondisi kehidupan baru dengan miliki pengetahuan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada bisnisnya masing-masing.

D.1. Kekuatan (*Strength*)

Setiap pelaku UMK yang menjalankan usahanya harus mengenali dan memahami kekuatan terbesar dalam usaha yang dijalankan. Proses pengenalan dan pemahaman akan menghasilkan sejumlah bahan temuan yang diharapkan berpengaruh positif bagi kesuksesan dan keberhasilan suatu usaha. Berikut tanggapan responden mengenai kekuatan.

Tabel 11. Tanggapan Responden Mengenai Kekuatan

Pertanyaan	Penilaian				
	1	2	3	4	5
Memiliki Perencanaan Bisnis Dalam Menghadapi Kondisi Baru	0	8	8	47	30
Menjaga/ Memiliki/ Menghasilkan Produk Yang Berkualitas	0	0	1	49	43
Memasarkan Barang/Jasa Melalui Media Sosial	1	12	12	30	38
Memiliki Pelanggan/Konsumen Tetap	0	0	0	57	36

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 11 menggambarkan mayoritas menjawab setuju dan sangat setuju. Adapun yang menjadi isu di elemen kekuatan ini ada dua, yang *Pertama* pertanyaan mengenai apakah responden memiliki perencanaan bisnis dalam menghadapi kondisi baru, hasilnya sebanyak 77 responden (nilai bobot sejumlah 338) atau dengan persentase 89,42% menjawab sangat setuju dan setuju. Sedangkan 16 responden (nilai bobot 32) atau dengan persentase 8,65% menjawab tidak setuju dengan artian para responden tidak memiliki perencanaan bisnis dalam menghadapi kondisi baru.

Kedua, yaitu pertanyaan tentang memasarkan barang atau jasa para pelaku usaha melalui media sosial, ada sebanyak 68 responden (nilai bobot 310) atau dengan persentase sebesar 86,35% menjawab setuju dan sangat setuju, sedangkan 25 responden (nilai bobot 50) atau 13,89% menjawab tidak setuju. Ini dapat diartikan sebagian kecil para pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial sebagai alat bantu pemasaran produk usaha, ini bisa terjadi salah satunya dikarenakan para pelaku usaha masih belum melek teknologi.

D.2. Kelemahan (*Weakness*)

Setiap jenis usaha pasti memiliki kelemahan, walaupun terlihat sempurna terutama disaat pandemi Covid-19 melanda. Celah-celah yang berpotensi menimbulkan kerugian atau kesalahan dalam proses usaha terlihat jelas. Berikut tanggapan responden mengenai kelemahan :

Tabel 12. Tanggapan Responden Mengenai Kelemahan

Pertanyaan	Penilaian				
	1	2	3	4	5
Sulit Mengembangkan Usaha Di Karenakan Menyesuaikan Kondisi Baru	3	20	28	34	8

Sulitnya Memenuhi Bahan Baku/Stock Barang/Jasa	7	42	35	9	0
Tidak Menguasai Media Sosial	4	34	31	15	9
Sulitnya Menjangkau Konsumen Baru	4	34	31	15	9

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 12 menggambarkan pertanyaan tentang sulitnya mengembangkan usaha dikarenakan menyesuaikan kondisi baru, sebanyak 42 responden (nilai bobot 176) atau dengan persentase sebesar 58,09% menyatakan setuju atas sulitnya mengembangkan usaha dalam kondisi baru. Sedangkan 32 responden (nilai bobot 43) atau dengan persentase sebesar 14,19% menyatakan tidak setuju, ini dapat diartikan para responden yang menjawab tidak setuju usahanya sudah dapat berkembang walau dimasa kondisi baru.

Begitu juga dengan pertanyaan mengenai sulitnya memenuhi kebutuhan bahan baku, tidak menguasai media dan sulitnya menjangkau konsumen baru, jawaban responden hampir berimbang tentang tiga pertanyaan yang diajukan antara setuju dan tidak setuju. Ini bisa diartikan bahwa masih ada sebagian UMK mengalami kesulitan-kesulitan dalam memenuhi bahan baku, tidak menguasai media sosial dan sulit menjangkau konsumen baru. Adapun UMK dalam mengatasi masalah tidak menguasai media, mereka dibantu anak, keluarga karyawan dan rekan usaha, sehingga sesuai dengan pertanyaan kelebihan yang dimiliki tentang penggunaan media menjadi alat pemasaran.

D.3. Peluang (Opportunity)

UMK menghadapi pandemi Covid-19 dituntut untuk lebih optimal dan lebih jeli, tujuannya tidak lain adalah meraih kesuksesan dalam usaha. Adanya kebijakan-kebijakan baru membuat UMK harus mengkombinasikan cara-cara produksi dan memasarkan produk-produknya. Berikut tanggapan responden mengenai peluang :

Tabel 13. Tanggapan Responden Mengenai Peluang

Pertanyaan	Penilaian				
	1	2	3	4	5
Memiliki Usaha Baru	3	26	27	22	15
Menciptakan produk yang lebih kreatif	1	3	8	49	32
Memanfaatkan Teknologi	0	9	13	31	40
Menjangkau Konsumen Lebih Luas	0	5	8	42	38

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Tabel 13 menggambarkan elemen peluang mengenai memiliki usaha baru, sebanyak 29 responden (nilai bobot 55) atau dengan persentase 18,39% menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, dapat diartikan responden yang menjawab tidak memiliki usaha baru disaat masa pandemi. Sedangkan sebanyak 37 responden (nilai bobot 163) atau dengan persentase 54,52% menjawab setuju dan sangat setuju, ini mengartikan dampak positif pandemi Covid-19 memaksa para pelaku usaha UMK untuk keluar dari zona nyaman seperti usaha biasanya. Sehingga UMK dipaksa berfikir kreatif dan inovatif dalam memasarkan/menciptakan/mempertahankan kelangsungan usahanya, maka terciptalah ide baru dalam bisnisnya.

Pertanyaan berikutnya adalah mengenai menciptakan produk yang lebih kreatif, memanfaatkan teknologi dan menjangkau konsumen lebih luas. Hasil jawaban responden sebagian besar adalah setuju dan sangat setuju akan pertanyaan tersebut. Sebagian besar alasannya adalah kondisi pandemi dan kemajuan teknologi yang mengharuskan semua pengusaha UMK mengupdate diri, sehingga dapat tumbuh dan memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan pasar.

D.4. Ancaman (Threat)

Di dalam menjalankan usaha ada faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan oleh para pengusaha UMK. Para pengusaha UMK harus mempertimbangkan hal-hal lain untuk menempatkan rencana darurat dalam menangani masalah yang terjadi. Berikut tabel 14 tentang tanggapan responden mengenai ancaman :

Tabel 14. Tanggapan Responden Mengenai Ancaman

Pertanyaan	Penilaian				
	1	2	3	4	5
Perubahan gaya hidup masyarakat	0	3	26	56	8
Pangsa pasar persaingan semakin banyak	0	3	12	58	20
Ketinggalan Dalam Mengakses Teknologi	11	31	26	20	5
Banyaknya Kompetitor	0	2	14	62	15

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Hasil Tabel 14 tentang elemen ancaman mengenai perubahan gaya hidup masyarakat, pangsa pasar persaingan semakin banyak dan banyaknya kompetitor, responden memiliki jawaban yang mayoritas adalah setuju dan sangat setuju. Rata-rata jumlah responden yang menjawab lebih dari 64 responden (68%). Sedangkan hanya kurang dari 3 responden (3%) menjawab tidak setuju. Sedangkan sisanya sekitar 29% responden menjawab netral. Ini dapat diartikan bahwa para pengusaha UMK berpandangan kondisi pandemi Covid-19 mengubah gaya hidup masyarakat dan pangsa pasar persaingan serta kompetitor semakin banyak.

Elemen pertanyaan ancaman berikutnya dengan hasil yang berbeda pada pertanyaan lainnya adalah mengenai ketinggalan dalam mengakses teknologi. Sebesar 42 responden (nilai bobot 73) atau dengan persentase 28,52% menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, hasil ini menggambarkan bahwa sebagian responden telah meleak akan teknologi untuk memasarkan produknya. Sedangkan 25 responden (nilai bobot 105) atau dengan persentase 41,02% menyatakan setuju dan sangat setuju, ini menggambarkan bahwa bahwa sebagian responden belum atau tidak menggunakan teknologi sebagai sarana utama/lainnya dalam memasarkan produk usahanya.

E. Kendala

Tidak sedikit para pengusaha UMK dalam menjalankan strategi menemui kendala-kendala. Adapun kendala-kendala yang dapat dihimpun berdasarkan hasil dari wawancara sebagai berikut :

1. Pengusaha UMK masih ada yang belum meleak teknologi dan belum memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran produk
2. Pengusaha yang memanfaatkan media sosial banyak menemukan kompetitor baik dalam wilayah usahanya maupun di luar wilayah usahanya serta adanya perang harga dalam memasarkan produknya.

V. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

1. Sebagian besar UMK telah beradaptasi dengan kondisi kehidupan baru, dengan mengikuti kebijakan-kebijakan pemerintah menggunakan strategi pemasaran yang berbeda dari sebelumnya, yaitu dengan menggunakan media sosial.
2. Adanya sebagian UMK belum meleak teknologi dan belum memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran produk.

Hasil penelitian ini menyarankan pengusaha UMK terus mengembangkan diri beradaptasi dengan kondisi kehidupan baru dan pengusaha UMK wajib memanfaatkan *internet*/media sosial sebagai salah satu media pemasaran produk, agar dapat menjangkau market lebih luas dan tidak terbatas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penerbitan Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam ini kami meneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si. selaku rektor Universitas Tanjungpura.
2. Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Para Pelaku UMK Kota Pontianak.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020, Juni 01). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *BRAND*, 2, 123-130. Retrieved from <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/605>
- Andrasmoro, D. (2018). Peran Waterfront City Pada Industri Pariwisata Taman Alun Kapuas Kota Pontianak. *Swarnabhumi*, Vol.3 No.1.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6, 233-244. doi:<https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, & dkk. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS*, 5, 46-62. doi:<http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/oje/article/view/294>
- Beach, R. H., Kuchler, F., Leibtag, E. S., & Zhen, C. (2008). The Effects of Avian Influenza News on Consumer Purchasing Behavior: A Case Study of Italian Consumers' Retail Purchases. *AgEcon*, 1-22. doi:10.22004/ag.econ.56477
- BPS, B. P. (2020, 04 14). <http://www.depkop.go.id/>. Retrieved from [http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20\(UMKM\)%20DAN%20USAHA%20BESAR%20\(UB\)%20TAHUN%202017%20-%20202018.pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129_PERKEMBANGAN%20DATA%20USAHA%20MIKRO,%20KECIL,%20MENENGAH%20(UMKM)%20DAN%20USAHA%20BESAR%20(UB)%20TAHUN%202017%20-%20202018.pdf)
- bps. (2021, Februari 05). [https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html#:~:text=Perekonomian%20Indonesia%202020%20yang%20diukur,%2Dc\)%20dibandingkan%20tahun%202019](https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html#:~:text=Perekonomian%20Indonesia%202020%20yang%20diukur,%2Dc)%20dibandingkan%20tahun%202019). Retrieved 05 17, 2021, from [https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html#:~:text=Perekonomian%20Indonesia%202020%20yang%20diukur,%2Dc\)%20dibandingkan%20tahun%202019](https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html#:~:text=Perekonomian%20Indonesia%202020%20yang%20diukur,%2Dc)%20dibandingkan%20tahun%202019).
- Carmona, M. M. (2008). *Public Space : The Management Dimension*. New York: Routledge.
- Catriana, E. (2020, 03 27). <https://www.kompas.com>. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2020/03/27/190000026/terpukul-corona-ini-5-keluhan-para-pelaku-umkm>
- Chaerani, & dkk. (2020). PEMETAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN ANALISIS MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN. *Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 9, 275-282. doi:<http://jurnal.unpad.ac.id/dharmakarya/article/view/30941>
- Chinazzi, M., & dkk. (2020, 03 06). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 1-12. doi:DOI: 10.1126/science.aba9757
- CNN Indonesia. (2020, 04 13). <https://www.cnnindonesia.com/nasional/>. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200413180042-20-493149/jokowi-tetapkan-wabah-corona-sebagai-bencana-nasional>
- Depdagri. (1988). *Instruksi Menteri Dalam-Negeri No.14 Tahun 1988 tentang Penataan RTH di Wilayah perkotaan*.
- DosenSosiologi.Com. (2018, 02 05). <https://dosensosiologi.com>. Retrieved from HOMEPAGE / KAJIAN SOSIOLOGI / TEKNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF & KUALITATIF LENGKAP: <https://dosensosiologi.com/teknik-analisis-data-kuantitatif-kualitatif-lengkap/>

- Fatwadi, D. T. (2011). Pengaruh Kualitas Taman Terhadap Motivasi Berkunjung Masyarakat. *universitas diponegoro*.
- Hardilawati, W. I. (2020, Juni 01). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10, 89-98. doi:<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Haryono, E. (2021, Februari 05). <https://www.bi.go.id/id/publikasi/>. Retrieved from <https://www.bi.go.id/>: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_233321.aspx
- Husna, N. (2017). PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP MANAJEMEN PENGELOLA PADA PEMELIHARAAN TAMAN KAYU PUTIH. *Jom FISIP*, 1-15.
- Ilham, N., & Yusdja, Y. (2010). DAMPAK FLU BURUNG TERHADAP PRODUKSI UNGGAS DAN KONTRIBUSI USAHA UNGGAS TERHADAP PENDAPATAN PETERNAK SKALA KECIL DI INDONESIA. *Argo Ekonomi*, 28, 39-68. doi:<http://dx.doi.org/10.21082/jae.v28n1.2010.39-68>
- Irwan. (1994). *Pengelolaan RTH di pemukiman Pondok Indah dan Bintaro*. Bogor: Disertasi tidak dipublikasi.
- Januarisa, D. V. (2015). Persepsi Masyarakat Perkotaan Terhadap Pentingnya Fungsi Ruang Terbuka Hijau (RTH) di Kota Pontianak. *Hutan Lestari* , Vol.4.
- Kemenkopukm. (n.d.). *PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DAN USAHA BESAR (UB)TAHUN 2018 - 2019N*. Retrieved from [kemenkopukm.go.id](https://www.kemenkopukm.go.id/): https://www.kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019.pdf
- Khasanah, N. (2020, Oktober). Upaya Pemulihan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan pada Pengrajin Anyaman Pandan. *Journal of Community Service and Empowerment*, 1, 26-29. Retrieved from <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jcse/article/view/674>
- Kiky, A. (2020, 03 31). MANAJEMEN RISIKO TERHADAP BLACK SWAN EVENT MARET 2020 DI INDONESIA. STUDI KASUS EFEK COVID-19 TERHADAP PASAR MODAL INDONESIA. *BINA MANAJEMEN*, 8, 90-105. Retrieved 04 20, 2020, from <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/view/89>
- kompasspedia. (2020, 08 31). *Paparan Topik*. Retrieved from kompasspedia.kompas.id: <https://kompasspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/kebijakan-perlindungan-dan-pemulihan-umkm-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Lobb, A. E., Mazzocchi, M., & Traill, W. B. (2006, 07 23). Risk perception and chicken consumption in the avian flu age - a consumer behaviour study on food safety information. *AgEcon*, 1-24. doi:10.22004/ag.econ.21464
- Lockerbie, & Herring, D. (2009). Global panic, local repercussions: economic and nutritional effects of bird flu in Vietnam. *American Journal of Infection Control*, 467-469. Retrieved 4 19, 2020, from https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/33464745/Chapter_20_final.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D20_Global_Panic_Local_Repercussions_Eco.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=ASIATUSBJ6BAO2O4YP46%2F2020041
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios. *CAMA*, 1-45. Retrieved 04 20, 2020, from https://cama.crawford.anu.edu.au/sites/default/files/publication/cama_crawford_anu_edu_a_u/2020-03/19_2020_mckibbin_fernando_0.pdf
- Md. Aminul Islam, a. a. (March 2011). Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 3, 289 – 299.
- Mohammed Isah Bazza, a. a. (2014, April). Islamic Financing: A Panacea To Small And Medium Scale Enterprises Financing Problems In Nigeria . *European Scientific Journal*, vol.10, No.10 , 432 – 441.
- Muryani, & dkk. (2012, 08). DAMPAK FLU BURUNG TERHADAP PEREKONOMIAN. *Majalah Ekonomi Universitas Airlangga*, 106-115. Retrieved 04 19, 2020, from

- <https://www.neliti.com/publications/4146/dampak-flu-burung-terhadap-perekonomian-tinjauan-aspek-lingkungan-sosial-dan-eko>
- Ntsefong, & dkk. (2017). Incidence of Avian Flu Shocks on Poor Household Livelihoods of Poultry Farmers in Africa. *MedCrave*, 1-5.
- Nurfajriani, R. (2021, Mei 17). *internasional*. Retrieved from [pikiran-rakyat.com: https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-011920259/update-covid-19-di-dunia-17-mei-2021-indonesia-masuk-20-besar-india-laporkan-lebih-dari-200000-kasus-baru?page=2](https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-011920259/update-covid-19-di-dunia-17-mei-2021-indonesia-masuk-20-besar-india-laporkan-lebih-dari-200000-kasus-baru?page=2)
- Oliver, L. (2020, 03 30). *https://www.weforum.org*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/>: <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/economic-impact-covid-19/>
- Pratama, A. (2018). PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP FUNGSI RUANG TERBUKA HIJAU TUNJUK AJAR INTEGRITAS. *JOM FISIP*, 1-15.
- Pratiwi, Aisya, & Saputra. (2020). Kondisi dan Strategi UMKM disaat Pandemi Covid-19 di Kota Tanjungpinang. *pascasarjanafe*, 305-317.
- Rachmaniar, S. a. (2020). MEKANISME PENAWARAN PASAR PORONG YANG TERJADI. *UMSIDA*, 1-16. Retrieved 04 20, 2020, from <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/7036>
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM. *Lentera Bisnis*, 9, 109-120. doi:10.34127/jrlab.v9i2.380
- Salam, M. A. (2020). PERILAKU PRODUKSI DI TENGAH KRISIS GLOBAL AKIBAT PANDEMI COVID-19 DAN MEMANFAATKAN MEDIA ONLINE FACEBOOK SEBAGAI ALTERNATIF PASAR. *UMSIDA*, 1-22. Retrieved from <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6834>
- Saty, F. M., & dkk. (2010). Dampak Flu Burung terhadap Produksi dan Pendapatan Peternak Ayam Ras Pedaging. *ESAI*, 4, 1-12. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.25181/esai.v4i2.1337>
- Setiawan, T. (2017). Persepsi Publik Pada Pengelolaan Taman Kota Di Kota Bandung. *Wacana Kinerja*, 1-18.
- Setiawan, Y. I. (2020). Penetapan Karantina Wilayah Menurut Pandangan Legal Positivisme Dalam Rangka Pencegahan dan Pemberantasan Pandemi Coronavirus Disease (Covid)-19. *OSFPREPRINTS*, 1-16. doi:<https://doi.org/10.31219/osf.io/zfg6x>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. . Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2021, Maret 31). STRATEGI PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI MELALUI SEKTOR UMKM DAN PARIWISATA. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 9, 641-660. Retrieved from <http://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/214#:~:text=Sementara%20itu%2C%20strategi%20pemulihan%20ekonomi,%2C%20dan%20pelatihan%20e%2Dlearning>.
- Tan, W. (2020, 03 19). *www.cnbc.com*. Retrieved from <https://www.cnbc.com/2020/03/19/coronavirus-asia-pacific-recovery-depends-on-return-of-consumer-demand.html>: <https://www.cnbc.com/2020/03/19/coronavirus-asia-pacific-recovery-depends-on-return-of-consumer-demand.html>
- teknikelektronika. (2021, Mei 18). <https://teknikelektronika.com/pengertian-skala-likert-likert-scale-menggunakan-skala-likert/>. Retrieved from www.teknikelektronika.com: <https://teknikelektronika.com/pengertian-skala-likert-likert-scale-menggunakan-skala-likert/>
- WHO. (2020, 03 11). *Home/WHO Director-General/Speeches/Detail/WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*. Retrieved from <https://www.who.int>: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- wikipedia. (2021, April 07). https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kabupaten_dan_kota_di_Kalimantan_Barat. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/>: https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kabupaten_dan_kota_di_Kalimantan_Barat