

LAPORAN PENELITIAN

PENURUNANAN OMSET PENJUALAN UMKM YANG BERJUALAN DI SEKITAR KAMPUS SELAMA PANDEMI COVID 19



**PENELITI :
Erizal, S.E., M.M**

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN ASURANSI TRISAKTI
JAKARTA
2021**

LEMBARAN PENGESAHAN HASIL PENELITIAN

Judul Penelitian : PENURUNAN OMSET PENJUALAN UMKM YANG BERJUALAN DI SEKITAR KAMPUS SELAMA PANDEMI COVID 19

Ketua Peneliti : Erizal, S.E., M.M.

NIDN : 0328086302

Perguruan Tinggi : STMA Trisakti

Nomor Hp. : 085211438130

Alamat Email : erizalzal_stma@yahoo.com

Perguruan Tinggi : STMA Trisakti

Lama Penelitian : 1 (satu) Semester

Penelitian Semester : Genap 2020/2021

Biaya Penelitian : Mandiri

Jakarta, 4 September 2021

Menyetujui,
Kepala Pusltdimas



Prof. Dr. Rukaesih A. Maolani, M.Si
NIDK: 8896750017

Ketua Peneliti



Erizal, S.E., M.M
NIK/NIP: 96010

Ketua STMA Trisakti,



Dr. Antonius Anton Lita, S.E., M.M

**STMA
TRISAKTI**

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Penurunan Omset Penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berjualan disekitar Kampus selama pandemic covid 19, tujuan untuk mengetahui tingkat penurunan omset dihadapi oleh pedagang disekitar kampus baik makanan maupun yang bukan makanan.

Penelitian dilakukan terhadap masyarakat yang dipilih secara acak sebanyak 10 UMKM sebagai responden dari masyarakat yang memiliki usaha kecil dan menengah yang berpenghasilan maksimum Rp 5 juta per bulan, dengan menggunakan kuesioner tentang Penurunan Omset Penjualan Selama UMKM yang berjualan disekitar kampus selama pandemi covid 19 yang bertujuan untuk mengetahui tingkat penurunan omset (pendapatan), (UMKM) menyadari bahwa sangat perlu adanya perlindungan terhadap kelangsungan hidup atau usaha mereka, dan responden bersedia untuk membayar iuran, dengan catatan jumlahnya terjangkau dan mereka memahami apa yang menjadi hak-hak nya.

Kata kunci : Penurunan omset penjualan, UMKM, Covid 19.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah, SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya berkat rahmatNya akhirnya kegiatan penelitian untuk mengetahui penurunan omset penjualan UMKM yang berjualan di sekitar kampus selama Pandemi Covid 19.

Survei ini merupakan penelitian awal yang hasilnya diharapkan dapat memberikan informasi kepada UMKM tingkat penurunan omset dihadapi oleh mereka, sebagai dasar pengambilan kebijakan terkait kegiatan pengembangan dan pemasaran UMKM secara efektif dan efisien, serta menjadi bahan pemikiran, apakah perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan akurat guna efektivitas dan efisiensi kegiatan pengembangan dan pemasaran UMKM kedepannya. Penulis juga berharap hasil survei ini dapat memperkaya hasil karya ilmiah dosen STMA Trisakti untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan kredibilitas dosen khususnya dan STMA Trisakti umumnya.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran sangat penulis perlukan guna penyempurnaannya. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselenggaranya penelitian ini.

Jakarta, 4 September 2021

Penulis

Erizal, S.E., M.M

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	
ii KATA PENGANTAR	
iii DAFTAR ISI	
..... iv BAB I PENDAHULUAN	
.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah,.....	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Luaran Penelitian	3
BAB II KAJIAN TEORI	4
2.1 Pengertian UMKM	4
2.2 Pengertian Omset Penjualan	
8	
2.3 Pengertian Covid-19	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1 Metode Penelitian	14
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	14
3.3. Populsi dan Sampel.....	14
3.4. Teknik Pengumpulan Data	15
3.6. Teknik Analisis Data	15
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Hasil Penelitian	16
4.2 Pembahasan	16
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	25
5.1 Kesimpulan	25
5.2 Saran	26
DAFTAR PUSTAKA	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan adanya pandemi covid 19 ini banyak usaha yang mengalami penurunan omset penjualan termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), ada sebagian yang bangkrut atau tidak berjualan lagi akibat tidak bisanya membayar biaya operasional, seperti uang sewa tempat usaha dan penjualan.

Berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk menciptakan masyarakat adil dan makmur yang diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi, bahwa sesuai dengan amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat ketetapan Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi.

untuk meningkatkan kedudukan peran dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan kesejahteraan rakyat dengan menciptakan lapangan kerja, pengetasan kemiskinan untuk meningkatkan kepentingan rakyat.

bahwa sehubungan dengan perkembangan lingkungan perekonomian yang semakin dinamis dan global, Undang- Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang

Usaha Kecil, yang hanya mengatur Usaha Kecil perlu diganti, perlu penggantian undang-undang di atas agar dapat memperoleh jaminan kepastian dan keadilan usaha bagi UMKM.

bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d, perlu membentuk Undang-Undang tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti bermaksud melakukan identifikasi terkait beberapa hal yang menjadi bahan penelitian yaitu sebagai berikut :

- a. Banyaknya pelaku UMKM disekitar kampus, mengalami penurunan omset penjualan yang disebabkan oleh covid 19.
- b. Pelaku UMKM disekitar kampus belum memahami cara meminta bantuan kepada pemerintah.

1.3 Perumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa penyebab penurunan omset penjualan yang dihadapi oleh UMKM selama pandemic covid 19 ?
2. Seberapa besar tingkat penurunan omset penjualan dialami UMKM dengan adanya pandemic covid-19 tersebut ?
3. Risiko apa saja yang dihadapi oleh UMKM kedepan jika pandemic covid 19 berlangsung ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penyebab penurunan omset penjualan dihadapai UMKM.
2. Untuk mengetahui besarnya tingkat penurunan omset penjualan UMKM.
3. Untuk mengetahui risiko apa yang dihapai jika pandemic covid 19 tetap berlangsung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Pedaganag UMKM sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa usaha pedagang kecil/tradisional seringkali mendapatkan kerugian yang disebabkan oleh berbagai faktor, agar kegiatan usahanya dapat berlanjut mereka terpaksa harus meminjam uang dari tengkulak atau rentenir. Dengan menggetahui risiko yang dihadapi oleh pedagang UMKM, melalui penelitian ini diharapkan dapat mencari solusi dalam mengatasi kesulitan para pedagang, sehingga kerugian yang dialami dapat dipecahkan dan usahanya tetap bisa berjalan. Pemerintah Daerah harus tanggap dalam hal ini apakah pinjaman bunga rendah atau subsidi untuk bertahan hidupnya UMKM akibat pandemi covid 19.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pengertian Usaha Mikro kecil dan Menengah yang terdapat didalam Undang undang No.20 tahun 2008 Pasal 1 disebutkan bahwa : 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 adalah dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki usaha ekonomi produktif berdiri sendiri disebut usaha kecil 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 dilakukan oleh perorangan dan usaha berbadan hukum dan bukan merupakan cabang dan anak perusahaan. Adapun kriteria Usaha Menengah msesuai Undang-Undang No.20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut :

a) Usaha Kecil dengan kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) atau b) Penjualan selama 1(satu) tahun sebesar Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) Usaha Kecil Menengah dengan kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah); atau b) Dengan memiliki hasil penjualan paling rendah Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dengan paling tinggi sebanyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima

ratus juta rupiah). 3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: a) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) atau b) penjualan tahunan paling tinggi Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling tinggi Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sesuai kriteria Biro Pusat Statistik (BPS), industri kecil, usaha kecil dan industri rumah tangga yaitu (1) pekerja 1 sampai dengan 4 orang disebut industri rumah tangga; (2) pekerja 5 sampai dengan 19 orang disebut industri kecil; (3) pekerja 20 sampai dengan 99 orang disebut dengan industri menengah; (4) pekerja lebih dari 100 orang disebut industri besar. Berarti UMKM berperan dalam pembangunan ekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, penciptaan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja. Menurut Glen Glenardi (2002: 290) kemampuan UMKM dalam UMKM adalah sebagai bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil.

Dukungan pemerintah pada usaha kecil menengah ini cukup besar. Berdasarkan Kepres RI No. 19 Tahun 1998 menyatakan bahwa UMKM merupakan “Kegiatan ekonomi kerakyatan yang berskala kecil, dengan bidang yang mayoritas dalam skala kecil sehingga perlu dilindungi agar mencegah dari persaingan yang tidak sehat.

Jenis-jenis Bisnis UMKM

1. Usaha Kuliner

Usaha kuliner adalah usaha dibidang makanan yang biasa dibutuhkan oleh banyak orang dalam rangka pemenuhan kebutuhan pokok bagi kehidupan manusia. Usaha kuliner ini biasanya paling bertahan disaat covid 19, karena orang harus makan.

Bisnis kuliner menjadi salah satu jenis bisnis usaha mikro kecil dan menengah yang paling digandrungi. Oleh masyarakat saat covid 19 untuk memperkuat imum tubuh harus makan. Ciri khas dan keunikan rasa menjadi daya tarik bagi para pecinta kuliner

2. Usaha Bidang Fashion

Setiap orang sangat ingin tampil fashionable, banyak usaha UMKM bidang fashion yang bisa ditekuni, seperti batik.

Pilih salah satu jenis usaha fashion yang anda minati. Karena beberapa fakta menunjukkan bahwa banyak pelaku fashion usaha mikro kecil dan menengah yang bisa sukses walaupun hanya menggeluti satu jenis bidang usaha. Sebut saja toko pakaian muslim rabbani. Rabbaninsukses menjadi salah satu penghasil pakaian muslim yang tekemuka. Karena brand namanya yang sudah besar harga jual produlnya pun relatud lebih mahal. Hal omo sesuai dengan bahan dan kualitas pakaian muslim rabbani yang telah diakui di pasaran.

3. Usaha Dibidang Pendidikan

Usaha di bidang pendididikan merupakan salah satu jenis UMKM yang masih sangat terbuka peluangnya. Dengan mengikutsertakan dalam bimbel diharapkan anak akan bisa mengasah kemampuan dibidang akademik.

Sebagai contoh ada beberapa pelaku UMKM yang sukses dalam bidang ini, sebut saja Primagama, Ganesha Operation, Indonesia Languange Program (ILP) dan masih banyak lagi. UMKM tersebut telah memiliki cabang diseluruh indonesia dengan kualitas yang telah teruji.

4. Usaha Dibidang Otomotif

Usaha dibidang otomotif saat covid 19 bisa menjadi alternative untuk UMKM yang mau berhasil menekuni bisnis ini. Usaha ini dimulai dengan membuka toko penjualan spare part, atau membuka jasa pencucian motor dan mobil, atau perlengkapan safety riding seperti helm, jaket dan sarung tangan berstandar SNI dan sevice sepeda motor keliling.

5. Usaha Agrobisnis

Usaha agrobisnis jenis usaha ini bergerak di bidang pertanian dan peternakan. Untuk usaha pertanian dengan membeli bibit tanaman dan atau hewan ternak kemudian dipelihara dan selanjutnya akan bisa dipanen dan dijual. Hasil panen tanaman dapat berupa, sayur, buah buahan, dan hewan ternak seperti ayam dan kambing.

6. Usaha Dibidang Teknologi Internet

Banyak sekali orang yang membutuhkan internet. Berbagai informasi dan konten konten yang informatif dan menghibur bisa diperoleh melalui internet. Didukung dengan kecanggihan smartphone dan koneksi internet yang cukup stabil tentunya memulai bisnis UMKM dalam bidang ini bukan merupakan hal sulit.

Bagi anda yang memiliki kemampuan dalam bidang writing tentunya bisa membuka sebuah blog yang menawarkan konten konten yang bermanfaat bagi pembaca. Atau membuka jasa pembuatan aplikasi dan website.

7. Usaha Kerajinan Tangan

Usaha yang hanya membutuhkan modal kreatifitas dan inovasi. Banyak sekali UMKM kerajinan barang bekas yang mampu bersaing dengan produk pabrikan. UMKM dibidang kerajinan tangan bisa menjadi salah satu peluang yang bisa dimanfaatkan.

8. Usaha Elektronik dan Gadget

Usaha di bidang notebook dan laptop, berikut gadget juga smartphone dapat dilakukan oleh UMKM untuk produk- produk yang relative tidak mahal termasuk juga untuk service dan jual beli bekas pakai di bidang elektronik dan Gadget.

Jenis-jenis Pedagang UMKM

Adapun jenis jenis pedagang UMKM adalah sebagai berikut :

1. Pedagang kaki Lima
2. Pedagang keliling
3. Pedagang Menetap

Pengertian Makanan

Pengertian makanan segala sesuatu memiliki mengandung gizi yang seimbang, mengandung serat dan zat-zat yang diperlukan tubuh untuk proses tumbuh kembang.

Cairan yang yang dipakai untuk maksud ini sering disebut minuman. Tetapi kata makanan juga biasa dipakai istilah ini kadang-kadang dipakai untuk kiasan seperti makanan untuk pemikiran. Kecukupan makanan dapat dinilai dengan status gizi secara antropometri.

Makanan yang dibutuhkan manusia biasanya dapat diperoleh dari hasil bertani dan berkebun yang meliputi sumber hewan, dan tumbuhan. Beberapa orang dapat memakan makanan dari hewan seperti daging, telur dan lain-lain. Mereka yang tidak suka memakan daging vegetarian.

Gastronomi (tata boga) adalah seni/ilmu akan singkat menyebutkannya gastronomi sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kenikmatan darimakan dan minuman.

Sumber Lain menyebutkan gastronomi sebagai studi mengenai hubungan Antara budaya dan makanan, dimana gastronomi mempelajari sebagai komponen budaya dengan makanan sebagai pusatnya (seni kuliner), hubungan budaya dan gastronomi.

2.2. Pengertian Omset (Pendapatan)

Pendapatan kotor dalam satu tahun disebut omset. Periode ini bisa harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Umumnya, pebisnis akan berusaha untuk terus meningkatkan omset pendapatan karena makin besar omset maka semakin besar keuntungan yang diperoleh, meningkatkan omset, dapat dilakukan meningkatkan penjualan untuk meningkatkan omset perlu menjual produknya dalam 1 (satu) tahun itulah yang menyebabkan omset usaha dapat meningkat.

Akumulasi dari kegiatan penjualan suatu barang dan jasa dapat dihitung secara keseluruhan dalam waktu tertentu misalnya dalam 1 (satu) tahun ini disebut dengan omset penjualan.

Cara Menghitung Omset/Omzet Perusahaan sebagai berikut :

1. $\text{Omset} = \text{Jumlah Produk} \times \text{Harga Jual}$.
2. $\text{Omset} = (\text{produk A} \times \text{harga jual}) + (\text{produk B} \times \text{harga jual}) + \dots$
3. $\text{Profit} = \text{Pendapatan penjualan} - \text{harga pokok penjualan} - \text{beban operasional} + \text{pendapatan lain-lain} - \text{beban atau kerugian} - \text{pajak penghasilan (PPH)}$

Bagaimana cara menghitung BEP unit dan BEP rupiah?



Perhitungan Break Even Point (BEP)

1. BEP (Satuan Rupiah) = $(\text{Biaya Tetap} / \text{Harga Jual Per Unit} - \text{Biaya Variabel}) \times \text{Harga Jual per Unit}$.
2. BEP (Unit) = $\text{Biaya Tetap} / \text{Margin Kontribusi per Unit}$.
3. BEP = $\text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual} - \text{Biaya variabel})$
4. BEP (Satuan Rupiah) = $\text{Biaya Tetap} / \text{Rasio Margin Kontribusi}$

indikator penurunan omset :

Menurut pendapat Philip Kotler bahwa alat atau media promosi penjualan dapat dibedakan menjadi dua bagian yang utama, yaitu promosi produsen (*producers promotion*) dan promosi pengecer (*retailers promotion*).

Yang pertama, digambarkan dengan penggunaan potongan harga (*cash discount*), yang sering digunakan oleh industri otomotif, hadiah untuk memotivasi, test drive dan pembelian, serta kredit tukar tambah bernilai tinggi.

Yang kedua, digambarkan dengan potongan harga (*cost reducing*), iklan tentang keistimewaan produk, dan kupon pembelian.

Selain itu Omset adalah termasuk sebuah istilah di dalam dunia bisnis yang sering sekali didengar. Banyak orang atau penjual dan pemilik usaha atau bisnis yang menyebutkan jumlah omset yang diterimanya. Hal ini berarti bahwa laba kotor yang diterima oleh seorang pebisnis sejumlah demikian. Namun yang perlu diingat adalah omset tersebut bukanlah merupakan laba bersih. Sebab omset tersebut masih bisa berkurang jumlahnya setelah digunakan untuk membiayai segala keperluan dan perlengkapan lainnya.

Manusia adalah makhluk sosial dan bagian dari masyarakat. Dalam kehidupannya manusia juga tidak bisa terlepas dari kejadian-kejadian yang tidak diharapkan, kehidupan manusia diiringi dengan adanya risiko-risiko.

Risiko adalah kejadian yang tidak pasti terjadi tapi dapat menimbulkan kerugian apabila terjadi disebut dengan risiko. Peristiwa tidak pasti itu tidak dapat diprediksi oleh siapapun seperti halnya musibah yang tidak dapat diprediksi dan datang secara tiba-tiba.

Dalam kehidupan manusia ada 5 cara untuk mengatasi risiko sebagai berikut:

1. Menghindari risiko (risk Avoidance) atau tidak melakukan kegiatan yang memberi peluang kerugian
2. Mengurangi peluang terjadinya kerugian
3. Menahan risiko (risk sharing) atau tidak melakukan apa apa terhadap risiko karena dapat menimbulkan kerugian
4. Membagi risiko (risk sharing) atau membagi risiko dengan pihak lain
5. Mengalihkan risiko (risk transfer) atau memindahkan risiko kepada pihak lain, yaitu perusahaan asuransi.

Ketika terjadi kerugian akibat peristiwa tidak pasti yang terjadi kita perlu untuk memulihkan keadaan seperti sedia kala sehingga kita perlu menabung dimana persediaan uang tersebut digunakan untuk mengembalikan keadaan seperti semula, bisa dengan menyisihkan sebagian pendapatan di bank, menjadi anggota koperasi, mengikuti arisan, menabung di celengan, atau mengikuti iuran solidaritas.

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka terdapat 3 penggolongan asuransi yaitu :

- a. Asuransi umum menjamin harta benda.
- b. Asuransi sejumlah uang adalah perlindungan terhadap uang atau disamakan uang.
- c. Asuransi sosial atau wajib, asuransi yang diselenggarakan pemerintah berdasarkan undang-undang.

Sumber- Sumber risiko

Sumber risiko biasa dari banyak hal dan harus diketahui serta diidentifikasi sebagai dasar penanganan risiko. Adapun sumber-sumber risiko adalah sebagai berikut: Risiko politik yaitu risiko yang berasal dari kebijakan politik contoh : peraturan.

1. Lingkungan (Environmental), yaitu risiko yang berasal dari lingkungan sekitar
Contoh: pencemaran , perizinan.
2. Perencanaan (Planning) yaitu risiko berasal dari proses bisnis contoh tata guna lahan, dampak social.
3. Pemasaran (Marketing) yaitu risiko yang bersumber dari proses pemasaran contoh permintaan persaingan.
4. Keuangan (financial) yaitu risiko bersumber dari keuangan perusahaan contoh kebangkrutan, keuntungan dan asuransi.
5. Manusia (human) yaitu risiko yang bersumbernya dari manusia Contoh tidak kompeten, kelelahan dan kelalaian.

Pengelolaan Risiko dalam bisnis

Dari pengertian risiko dan jenis-jenisnya diatas, maka berikut ini upaya yang bias dilakukan untuk membuat pengelolaan risiko bisnis

1. Identifikasi Risiko
2. Penilaian Risiko
3. Rencana Penganggulangan
4. Monitoring dan evaluasi

2.3 Pengertian Covid 19

Kita sama sama mengetahui bahwa pandemic covid 19 sudah berlangsung beberapa bulan dan memang covid 19 adalah penyakit baru dimana terjadi perubahan perubahan dalam beberapa hal pertama tama kita masih sama sama kita ketahui bahwa awalnya terjadinya virus covid 19 adalah di Depok Jawa Barat, sama sama kita lihat Pada akhir akhir ini banyak diantara kita ditemui Orang Tanpa Gejala (OTG) yaitu orang didalam badannya ada virus covid 19 itu dibuktikan dengan test swab PCR akan tetapi orang tersebut tidak ada gejala didalam badannya, selama beberapa bulan belakangan ini dilakukan penelitian oleh Kementrian Kesehatan dan WHO.

Cara physical distancing

Physical distancing adalah upaya yang dilakukan untuk mencegah penyebaran virus corona di masyarakat. Secara sederhana Physical Distancing adalah menjaga jarak lebih dari 1 meter dengan siapapun. Dengan kata lain: Tidak Berdekatan dan Tidak Berkumpul.

Dengan menerapkan Physial Distancing penyebaran virus dapat dicegah. Ingat, virus tidak bergerak sendiri tapi oranglah yang membawanya ke mana-mana.

Cara melakukan Physical Distancing

1. Kita harus tetap berada di rumah sesuai panduan pemerintah.
2. Bekerja, belajar dan beribadah di rumah.
3. Keluar hanya untuk belanja hal yang penting atau pengobatan Itu pun seminimal mungkin. Gunakan masker kain saat di luar rumah.
4. Dilarang berdekatan. Selalu menjaga jarak lebih dari 1 meter dengan orang lain.
5. Sebisa mungkin hindari penggunaan kendaraan umum.
6. Tunda atau batalkan acara keluarga atau teman, saling mengunjungi atau silaturahmi tatap muka ganti dengan komunikasi via telephon, internet, media sosial atau aplikasi komunikasi.

7. Tunda atau batalkan kegiatan pertemuan, konser musik, pertandingan olahraga, kegiatan keagamaan atau kegiatan lain yang mengundang orang banyak.
8. Gunakan telepon atau layanan online untuk menghubungi dokter atau fasilitas lainnya.
9. Kalau kamu mengalami demam, merasa lelah dan batuk kering, lakukan isolasi diri.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian :

Penelitian ini menggunakan metode survey.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian :

Tempat

Penelitian ini dilakukan disekitar Jl. Jend. A. Yani Kav. 85, Jakarta Timur, di sekitar kampus Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi (STMA) Trisakti.

Waktu Penelitian :

01 Maret 2021 dan 18 Agustus 2021

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Februari, tanggal				Juli, tanggal		
		22	29	30	31	1	2	4
1	Izin melakukan survei							
2	Pelaksanaan Survei							
3	Input data dan laporan							

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) disekitar kampus Sekolah Manajemen Asuransi Trisakti (STMA Triasakti), populasi sebanyak 65 kios UMKM sedangkan sampel diambil sebanyak 10 UMKM, dan menjadi responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data, teknik kualitatif, dilakukan dengan menyebar kuesioner.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan adalah dengan menggambarkan secara grafik hasil kuesioner yang diisi oleh responden.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

Temuan saat penelitian sebagai berikut :

1. Adanya responden yang tidak layak diteliti karena bangunan masih direnovasi dan ditutup oleh pedagang UMKM.
2. Ada responden yang mempunyai mau pindah karena tidak bisa menutup biaya pengeluarannya dan sudah tidak bisa meneruskan usahanya.

5.2 Pembahasan

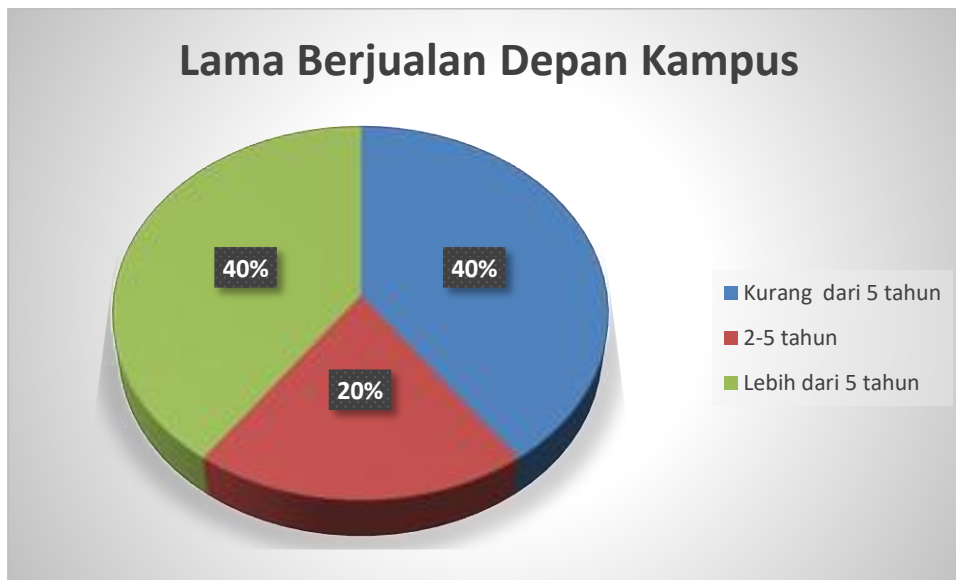
Pada penelitian ini terdapat sebanyak 10 responden, dengan jenis usaha bermacam- macam.

Peneliti menanyakan kepada responden sebagai berikut :

1. Lama berjualan

Tabel di bawah menunjukkan berapa lamanya berjualan didepan kampus STMA Trisakti.

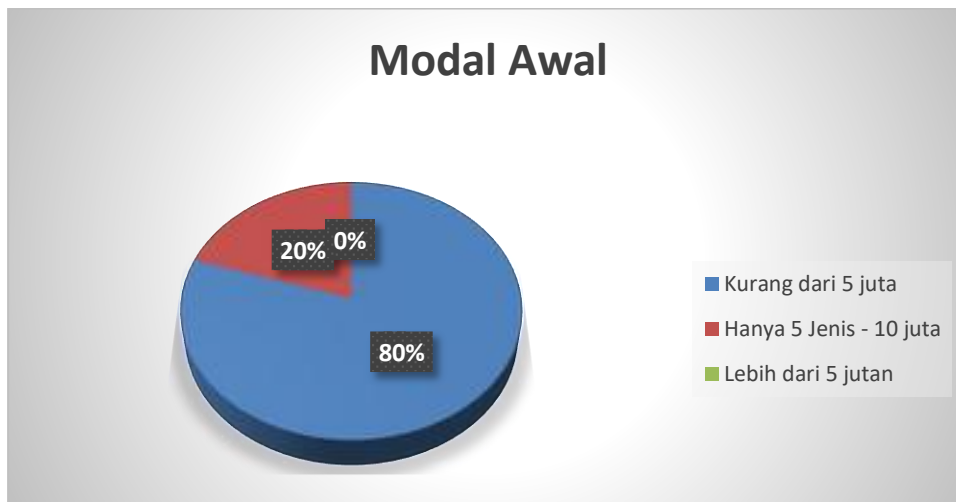
Berapa lama berjualan	Lama Berjualan
Kurang dari 2 tahun	2
2 tahun – 5 tahun	4
Lebih dari 5 tahun	4



2. Modal awal

Tabel di bawah menunjukkan modal awal yang diperlukan oleh para pedagang meliputi persiapan lahan, persiapan peralatan dan pembelian barang dagangan atau bahan makanan.

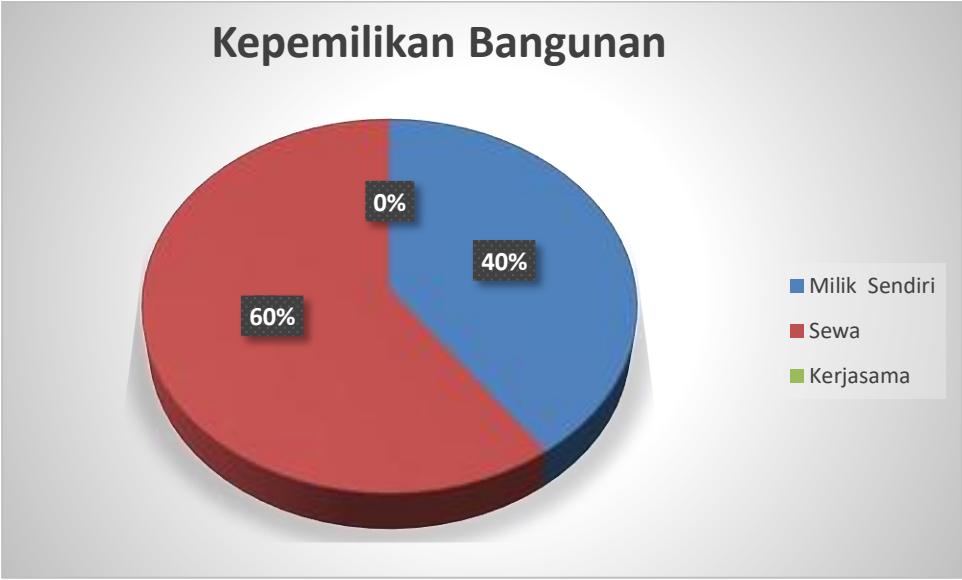
Besar modal awal	Makanan Sejenis
Kurang dari 5 juta	0
5 juta – 10 juta	2
Lebih dari 10 juta	8



3. Status Bangunan

Tabel di bawah menunjukkan status bangunan yang dipergunakan oleh pedagang untuk berjualan makanan

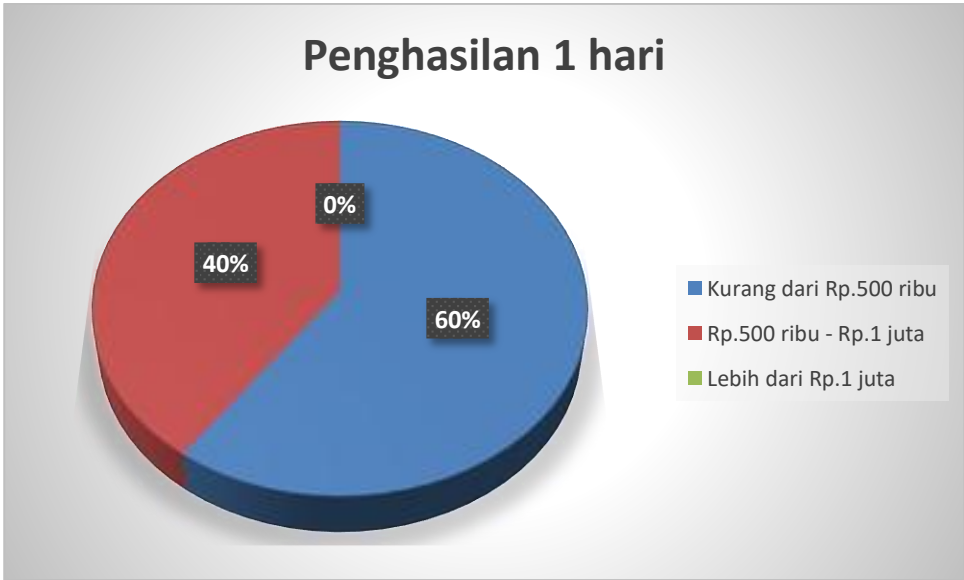
Kepemilikan lahan	Pedagang
Milik sendiri (sudah direnovasi)	4
Sewa	6
Kerjasama	0



4. Penghasilan per hari

Tabel di bawah menunjukkan penghasilan rata-rata yang diperoleh oleh para pedagang.

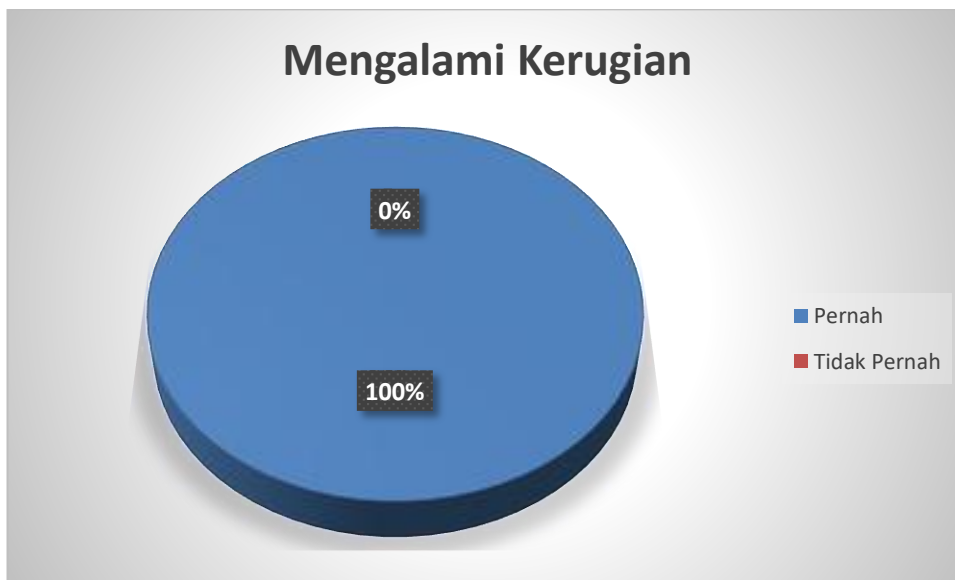
Penghasilan rata-rata per hari	Pedagang
Kurang dari 500 ribu	6
500 ribu – 1 juta	4
Lebih dari 1 juta	0



5. Pengalaman kerugian

Tabel di bawah menunjukkan pengalaman kerugian sebelum pandemic covid-19 yang dialami oleh para pedagang.

Pengalaman kerugian	Pedagang
Pernah	10
Tidak pernah	0



6. Pernah/tidak menerima bantuan dari pemerintah

Tabel di bawah menunjukkan status pernah/tidak para pedagang menerima bantuan dari pemerintah.

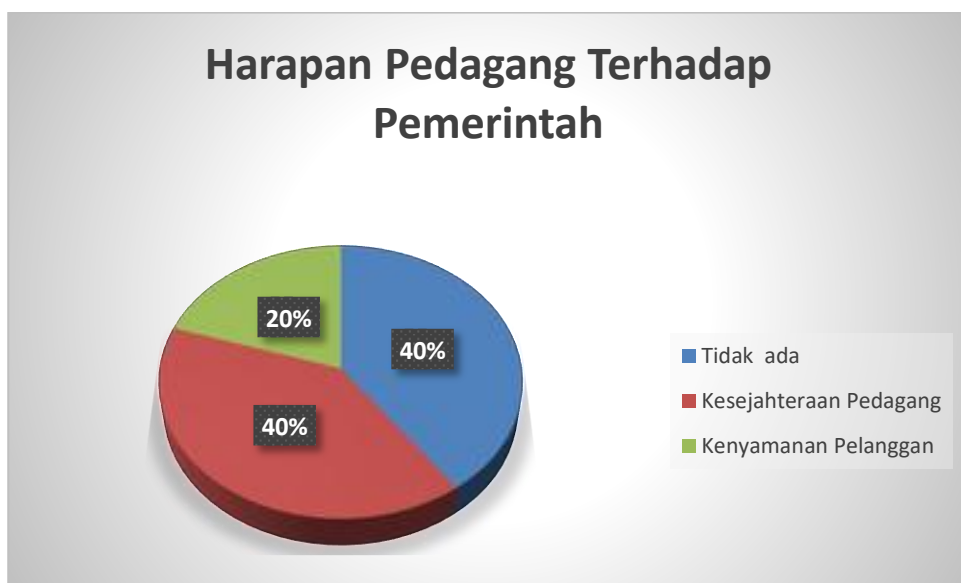
Menerima bantuan dari pemerintah	Pedagang
Pernah	0
Tidak pernah	10



7. Harapan pedagang terhadap pemerintah

Tabel di bawah menunjukkan harapan para pedagang kepada pemerintah.

Harapan pedagang	Pedagang
Tidak ada	4
Kesejahteraan pedagang	4
Kenyamanan pelanggan	2



Dari kuesioner untuk penurunan omset penjualan saat pandemic covid-19, dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Pedagang ayam bakar, pecel lele hanya 1 pedagang mengalami penurunan omset sampai 40%

2. Pedagang warteg ada 3 pedagang mengalami sebagai berikut ;

1 Pedagang mengalami penurunan omset sampai 60%

1 Pedagang mengalami penurunan omset sampai 50%

1 Pedagang mengalami penutupan atau tidak berjualan.

3. Pedagang bakso, mie ayam ada 2 pedagang memiliki tutup atau tidak berjualan

4. Pedagang Bubur kacang ijo, roti bakar dan minuman ada 1 pedagang mengalami penurunan omset sampai 50%.

5. Bengkel sepeda motor mengalami penurunan 50%

6. pedagang keramik (Guci) mengalami penurunan 60%

7. Pedagang kelontong mengalami penurunan omset sampai 60%

8. Pedagang peralatan rumah tangga newcomer belum ada data.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Penyebab penurunan omset penjualan disebabkan oleh :
 - 1.1. Penurunan penjualan karena tidak adanya konsumen/pembeli/pelanggan
 - 1.2. Tidak bisa membayar biaya tetap, biaya variable.
2. Besarannya penurunan omset penjualan :
 - 1.1. Untuk usaha makanan penurunan sampai omset 40%
 - 2.2. Untuk usaha kelontong penurunan omset 60%
 - 2.3. Untuk usaha Mie ayam, bakso memilih tutup karena sepi pembeli.
 - 2.4. Usaha Mikro Kecil Menengah pendatang baru lebih kurang 1 tahun ada 2 kios ekspedisi (pengiriman barang) dan Perabot rumah tangga.
3. Risiko yang dihadapi jika pandemi covid-19 tetap berlangsung terjadi penutupan atau ganti usaha.

5.2. Saran

1. Sebaiknya pedagang UMKM makanan mengenakan masker pada saat jualan khususnya untuk meladeni pembeli.
2. Sebaiknya pedagang UMKM membuat/mendirikan koperasi untuk pedagang UMKM disekitar kampus supaya mudah memberikan pinjaman atau bantuan dari pemerintah.
3. Sebaiknya pedagang UMKM memakai masker waktu berjualan dan khususnya untuk melayani pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah

Basu Swasta dan Irawan (2003), *Manajemen Pemasaran, Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13 jilid 1. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Kountur, Ronny. (2007). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Penerbit PPM, Jakarta.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Media, Jakarta.

Robbins, Stephen P. (2013). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat, Jakarta.

Salim, A.Abbas, (2012), *Asuransi dan Manajemen Resiko*, Ed. 2, Rajawali Press, Jakarta.

Sri Yuniarti, Vinna, (2015), *Perilaku Konsumen*. Pustaka Setia, Bandung.

Sumarwan, Ujang, (2014), *Perilaku Konsumen*, Ed. 2, Ghalia Indonesia, Bogor.

Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Beberapa web.

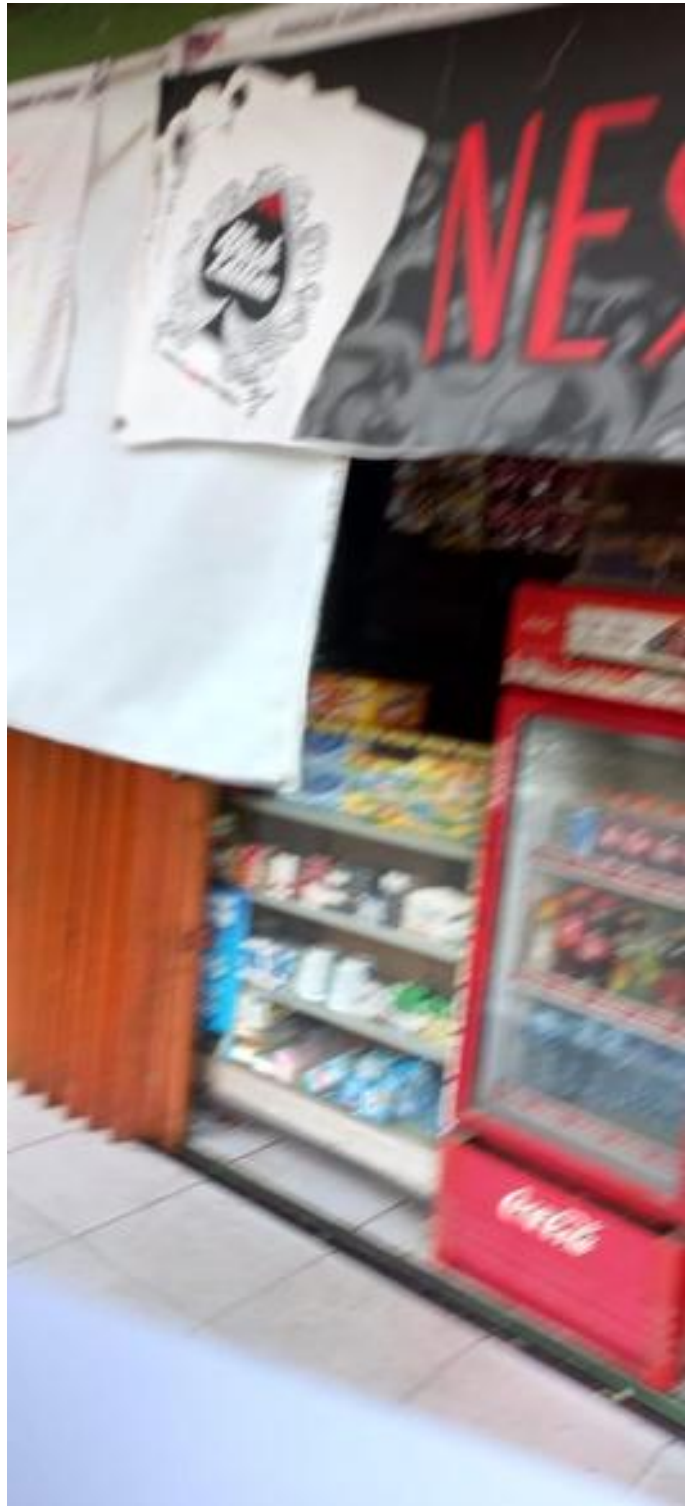
LAMPIRAN































 LOKASI USAHA KAKI LIMA NO : JT . 21			
ALAMAT KELURAHAN KECAMATAN		JL. PULOMAS SLT. DEKAT TRISAKTI KAYU PUTIH PULOGADUNG	
WAKTU USAHA	JENIS DAGANGAN	BENTUK BANGUNAN	JUMLAH PEDAGANG
08.00 - 20.00	Makmin, Kelontong, Jasa	Kios	65









