



**DAMPAK *COVID-19* TERHADAP PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN  
MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN KOTO PANJANG KOTA  
PADANG PANJANG**

**SKRIPSI**

*Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Ekonomi Syariah*

Oleh:

**FEBY YULIA PUTRI**  
**NIM: 1830402039**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
2022**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

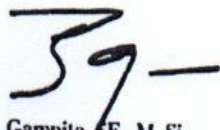
Skripsi atas Nama: Feby Yulia Putri, Nim: 1830402039 dengan judul: "Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang" memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dilanjutkan sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Agustus 2022

Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

Pembimbing



Gampito, SE., M. Si  
NIP. 19670229 100501 1 005



Vicv Andriany, M.Ec.Dev  
NIP. 198709292019032009

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN)  
Mahmud Yunus  
Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP  
NIP. 19731007 2002121 001

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang ditulis oleh Feby Yulia Putri NIM 1830402039, dengan judul **Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang**, telah diuji dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar pada hari Senin, 25 Juli 2022, dan dinyatakan telah diterima sebagai syarat memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ilmu Ekonomi Syariah. Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Status Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Vici Andriany, M.Ec.Dev NIP.198709292019032009	Ketua		11/8/2022
2.	Idris, SE.Sy., MM NIP.-	Anggota		10-08-2022
3.	Rahmi Pamel, SE.Sy., MM NIP.-	Anggota		9-8-2022

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus  
Batusangkar



**Dr. H Rizal, M.Ag., CRP**  
NIP. 19731007 200212 1 001

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Yulia Putri  
NIM : 1830402039  
Tempat Tanggal Lahir : Padang Panjang, 25 Februari 2000  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul "**Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang**" adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 8 Juli 2022  
Yang membuat pernyataan



**Feby Yulia Putri**  
NIM 1830402039

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*“Dia memberikan hikmah (Ilmu yang berguna) kepada siapa yang dikehendakinya. Barang siapa yang mendapat hikmah itu sesungguhnya ia telah mendapat kebajikan yang banyak, dan tidak ada yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang-orang yang mempunyai akal sehat”*

*(Qs. Al-Baqarah : 269)*

*“Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”*

*(Qs. Al-Mujadilah : 11)*

*Alhamdulillahirrabil'alamin Terimakasih penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga diberikan kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi penulis dengan segala syukur penulis ucapkan kepadamu Ya Rabb, kerana sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling penulis yang selalu memberikan semangat dan doanya, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan.*

*Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung atas selesainya skripsi ini :*

*Buat Bapak Ibuk dan Uniang Tercinta*

*Kedua orang tua wali penulis Bapak (Amir Hamzah S.T) Ibuk (Nelly Am) dan Uniang (Anita) yang selalu memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis. Untuk Bapak Ibuk dan Uniang penulis semoga selalu diberikan kesehatan dan rezeki yang melimpah oleh Allah SWT dan terimakasih selalu sabar dan memberikan nasihat, terimakasih atas segala kasih sayang dan cinta yang diberikan, terimakasih atas dukungan Bapak Ibuk dan Uniang baik dalam bentuk materi maupun moril kepada penulis dalam*

*menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas doa yang selalu Bapak Ibuk dan Uniang berikan untuk penulis. Terimakasih telah menjadi Bapak, Ibuk, dan Uniang terbaik buat penulis yang telah memberikan kebahagiaan buat penulis.*

*Buat Sepupu Tersayang*

*Terimakasih buat sepupu tersayang (Elok Yosi, Uda Nicho, Bang Vivin, Bang Tomi, Kak Riri, dan Kak Sari) telah menghibur penulis ketika penulis capek dan membangkitkan semangat penulis dalam pembuatan skripsi.*

*Buat Keluarga Penulis*

*Keluarga besar penulis yang selalu memberikan nasihat dan dukungan kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.*

*Buat Sahabat Kos*

*Kak Nurhalimah, Monica Amanda Febiola, Hidayatul Fadillah, sahabat kos penulis sekaligus partner penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan selalu ada untuk penulis dan selalu mengajarkan penulis untuk bersabar dan berikhtiar dalam menyelesaikan skripsi ini.*

*Buat Teman-Teman Penulis*

*Teman-teman penulis Ekonomi Syariah A angkatan 18 yang selalu memberikan penulis dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Seluruh teman-teman angkatan 2018 Ekonomi Syariah yang selalu memberikan penulis dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Kepada orang terdekat penulis yang telah membantu dan selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.*

## **BIODATA PENULIS**

Nama : FEBY YULIA PUTRI  
NIM : 1830402039  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Tempat/Tanggal Lahir : Padang Panjang, 25 Februari 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Syech M Djamil No.43 Kel. Koto Panjang Kec.  
Padang Panjang Timur Kota Padang Panjang  
Email : [febiyulia12@gmail.com](mailto:febiyulia12@gmail.com)

### **Nama Orang Tua**

Ayah : Junaidi  
Ibu : Annisa (Almh)  
Anak ke : 1 (Satu)

### **Nama wali**

Bapak : Amir Hamzah S.T  
Ibuk : Nelly Am

### **Riwayat Pendidikan**

SD : SDN 16 Koto Katik Padang Panjang  
SMP : SMPN 5 Padang Panjang  
SMA : SMKN 1 Padang Panjang  
S1 : UIN Mahmud Yunus Batusangkar

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada setiap hambanya. Dengan Rahmat dan Nikmat-Nya itulah peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul: **”Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang”**.

Shalawat dan salam tidak lupa penulis mohonkan kepada Allah SWT, semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat dan kepada para pengikut beliau sampai pada akhir zaman yang telah membentangkan jalan kebenaran dimuka bumi Allah yang tercinta ini.

Skripsi ini ditulis untuk menyelesaikan perkuliahan penulis guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Skripsi ini disusun sebagai tanda bukti penyelesaian Strata Satu (S.1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar. Dalam membahas dan menyelesaikan skripsi ini penulis menemui berbagai bentuk kesulitan, namun berkat bantuan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak baik moril maupun materil sehingga semua kendala dan kesulitan yang penulis temui tersebut dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1. Prof. Dr. Marjoni Imamora, M.Sc** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar beserta Wakil Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
- 2. Dr. H. Rizal, M.Ag,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang selalu memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.




3. **Gampito, SE., M. Si**, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, serta dosen Pembimbing Akademik, beserta staf Jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan dorongan dan fasilitas belajar kepada peneliti selama mengikuti pendidikan dan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. **Vicy Andriany, M.Ec.Dev** selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaannya, meluangkan waktu, memberikan nasehat serta saran kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
5. **Idris, SE.Sy., MM** dan **Rahmi Pamel, SE.Sy., MM** selaku dosen penguji skripsi yang telah menguji dan memberi arahan dan masukan dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaannya, meluangkan waktu, memberikan nasehat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar sehingga memperluas cakrawala keilmuan peneliti.
7. Bapak dan Ibu selaku pelaku UMKM yang telah bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian dan bersedia membantu peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan selama penelitian.
8. Orang tua wali Bapak (Amir Hamzah S.T) Ibu (Nelly Am) Uniang (Anita), dan Saudara Sepupu (Elok Yosi, Uda Nicho, Bang Vivin, Bang Tomi, Kak Riri, Kak Sari) dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan materi dan non materi kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (SI) Jurusan Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar .
9. Kepada Sahabat kos peneliti, Nurhalimah, Monica Amanda Febiola, Hidayatul fadillah, dan teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan “2018” Terkhususnya seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Syariah 18A yang tidak bisa disebutkan satu-satu.

Terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan seluruhnya yang dengan sukarela memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, peneliti mohon maaf jika dalam skripsi ini terdapat kekhilafan dan kekeliruan, baik secara teknis maupun mengenai pembahasannya. Kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Batusangkar, 8 Juli 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Feby Yulia Putri'. The signature is stylized with a large 'F' and 'Y'.

**Feby Yulia Putri**

**1830402039**

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul ”**Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang**”. Disusun oleh **Feby Yulia Putri NIM 1830402039**. Mahasiswa dari prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Permasalahan dalam skripsi ini adalah pelaku UMKM terhambat dalam pembelian barang/produk sehingga mempengaruhi penjualan dikarenakan pemerintah menetapkan *working from home* dan PSBB untuk mengurangi penyebaran *Covid-19*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak *Covid-19* terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian disimpulkan *Covid-19* terhadap pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang tidak hanya berdampak pada pendapatan usaha tetapi juga berdampak pada pelayanan dan produksi usaha, hal ini dibuktikan dari lapangan bahwa pada masa *Covid-19* para pelaku UMKM mengalami penurunan omzet dibandingkan dengan masa sebelum pandemi *Covid-19*.

**Kata kunci: Covid-19, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Penjualan.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>BIODATA.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Dan Luaran Penelitian.....	10
F. Definisi Operasional .....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori.....	13
1. Covid-19 .....	13
2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM .....	15
3. Omzet.....	23
4. Penjualan.....	26
5. Modal .....	33
B. Kajian Penelitian Yang Relevan .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	37

C. Instrumen penelitian .....	38
D. Sumber data .....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Analisis Data.....	40
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	43
1. Sejarah Kota Padang Panjang .....	43
2. Letak dan Kondisi Geografis Kota Padang Panjang.....	45
3. Visi dan Misi Kota Padang Panjang .....	46
4. Misi Kota Padang Panjang.....	47
5. Monografi Kota Padang Panjang .....	48
6. Demografi Penduduk Kota Padang Panjang.....	49
B. Hasil Penelitian.....	50
1. Usaha <i>Fashion</i> .....	51
2. Usaha Jasa.....	55
3. Usaha Agribisnis .....	61
4. Usaha Kuliner .....	65
C. Pembahasan .....	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	82

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Terkonfirmasi Positif Covid-19 di Provinsi Sumatera Barat .....	1
Tabel 1. 2 Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Padang Panjang Pada Tahun 2021 .....	4
Tabel 1. 3 Data UMKM yang ingin diteliti di Kelurahan Koto Panjang .....	5
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian .....	37
Tabel 4. 1 Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Gunung .....	43
Tabel 4. 2 Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Pasar .....	44
Tabel 4. 3 Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Lareh Nan Panjang .....	44
Tabel 4. 4 Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Bukit Surungan .....	44
Tabel 4. 5 Luas Daerah Menurut Kecamatan dan Kelurahan .....	45
Tabel 4. 6 Jumlah Penduduk Kota Padang Panjang berdasarkan Kelurahan .....	49
Tabel 4. 7 Jumlah Pendapatan Pelaku UMKM Sebelum dan Selama Covid-19 ...	74

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi di Kota Padang Panjang Tahun 2016 – 2020.....	3
Gambar 4. 1 Perbandingan Pendapatan Sebelum Dan Selama Covid-19 .....	73

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Virus corona atau *Covid-19* pertama kali dilaporkan di Wuhan, Provinsi Hubei pada Desember 2019. Penularan kasus ini masih belum diketahui pasti sumbernya darimana. Kasus ini meningkat pesat, dengan dilaporkannya sebanyak 44 kasus sejak 31 Desember 2019 hingga 3 Januari 2020. Setelah satu bulan, penyakit ini telah banyak menyebar di berbagai Negara seperti China, Thailand, Jepang, dan Korea Selatan. Virus ini dapat tertular dari manusia ke manusia lain dan telah menyebar secara luas dinegara China. Pada 12 Maret 2020, terdapat 634.835 kasus dan 33.106 jumlah kematian diseluruh dunia (Amri A. , 2020, hal. 1).

Pandemi virus corona ini sudah menyebar secara luas diberbagai negara salah satunya yaitu negara Indonesia, berdasarkan data dari Kementrian Kesehatan Republik Indonesia jumlah penduduk yang terpapar terus meningkat, per tanggal 8 April 2021 yang lalu jumlah penduduk yang terpapar positif *Covid-19* tersebar diberbagai Provinsi di Indonesia yang berjumlah 1.552.880 jiwa, dengan kesembuhan pasien terinfeksi berjumlah 1.399.382 jiwa dan jumlah kematian 42.227 jiwa penduduk Indonesia (Kemenkes, 2021, hal. 10). Berikut adalah tabel jumlah kasus terkonfirmasi positif *Covid-19* di Provinsi Sumatera Barat:

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Penduduk Terkonfirmasi Positif Covid-19 di**  
**Provinsi Sumatera Barat**

No	Kota / Kabupaten	Jumlah Positif	Meninggal
1	Kota Padang	25.421	421
2	Kabupaten Agam	4.447	114
3	Kabupaten Tanah Datar	2.818	87
4	Kota Bukittinggi	2.566	52



5	Kabupaten Padang Pariaman	2.148	93
6	Kabupaten Pesisir Selatan	2.127	68
7	Kabupaten Solok	2.052	70
8	Kabupaten Lima Puluh Kota	1.768	49
9	Kota Payakumbuh	1.672	28
10	Kota Padang Panjang	1.666	31

Sumber: Kementerian Kesehatan Sumatera Barat 2021

Dilihat dari data di atas menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang terkonfirmasi positif *Covid-19* tertinggi yaitu di Kota Padang dengan jumlah 25.421 orang, sedangkan jumlah yang paling rendah di wilayah Kota Padang Panjang dengan jumlah 1.666 yang terkonfirmasi positif *Covid-19*. Demi memutuskan rantai penularan *Covid-19* pemerintah membuat kebijakan yaitu menerapkan aturan PSBB dan *working from home* yang saat itu diberlakukan di Sumatera Barat.

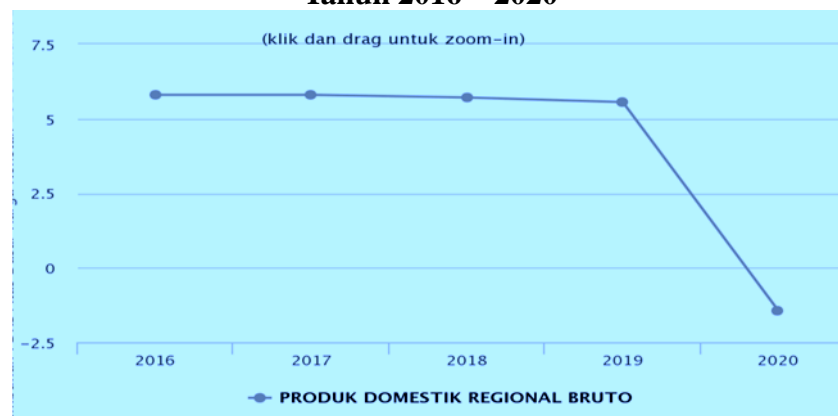
Kehadiran *Covid-19* mengakibatkan banyak perusahaan harus menghentikan operasoinal dan merumahkan para karyawan. Disamping itu *Covid-19* sangat berpengaruh pada UMKM di Indonesia. Berdasarkan data dari kementerian koperasi yang menggambarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku UMKM terdampak pandemi virus corona (*Covid-19*). *Covid-19* banyak berdampak pada koperasi dalam sektor kebutuhan sehari-hari, dan pada UMKM yang paling berdampak adalah dalam sektor makanan dan minuman (Amri A. , 2020, hal. 2).

Dampak dari *Covid-19* yang dialami oleh UMKM yang pertama adalah penjualan yang menurun dikarenakan berkurangnya aktifitas masyarakat di luar sehingga daya beli konsumen juga berkurang. Kedua, karena penjualan yang menurun mengakibatkan hambatan pada perputaran modal. Ketiga, aktifitas distribusi terhambat akibat adanya pengurangan aktifitas dan keterbatasan untuk masuk kewilayah-wilayah tertentu. Keempat, adanya keterbatasan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain. *Covid-19* dapat berdampak lebih besar lagi terhadap UMKM karena kerentanan

yang tinggi dan ketahanan yang minim yang disebabkan oleh keterbatasan pada *supplier*, sumber daya manusia maupun opsi dalam merombak model bisnis (Sarmigi, 2020, hal. 31).

Situasi pandemi *Covid-19* ini dapat menjadi tantangan bahkan peluang bagi pemerintah untuk menjaga laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Situasi ini sangat berdampak terhadap pendapatan para pelaku UMKM di Indonesia, maka dari itu peran serta kebijakan pemerintah sangat penting untuk mendukung pelaku UMKM untuk bertahan melewati masa pandemi.

**Gambar 1. 1**  
**Pertumbuhan Ekonomi di Kota Padang Panjang**  
**Tahun 2016 – 2020**



Sumber: BPS Kota Padang Panjang tahun 2021

Berdasarkan gambar di atas dapat kita lihat bahwa pertumbuhan perekonomian di Sumatera Barat salah satunya di Kota Padang Panjang mengalami penurunan, bisa dilihat pada tahun 2016 perekonomian di Kota Padang Panjang sebesar 6,4%, ditahun 2017 menurun menjadi 5,7%, di tahun berikutnya 2018 menjadi 5,4%, ditahun 2019 saat awal datangnya *Covid-19* perekonomian Kota Padang Panjang menjadi 5,1%, dan lebih tragisnya pada tahun 2020 perekonomian Kota Padang Panjang turun drastis sebanyak 6,5%,

Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Disperdakop UMK) Rabu 8 September 2021 mengatakan pemerintahan Kota Padang Panjang selalu berupaya mendorong pelaku UMKM di Padang Panjang khusus untuk pemasaran, untuk mengikuti *trend* usaha secara *online* selama *Covid-19* ini supaya dapat membuka lapak melalui *online* seperti *WhatsApp* atau *Instagram* sehingga tidak mengalami penurunan kegiatan usaha dimasa pandemi ini (Kominfo P. P., 2021, hal. 3).

Sementara itu jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan data tertulis di Kota Padang Panjang sebanyak 13.688 usaha. Dimana sebagian besar Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengalami penurunan jual akibat dampak pandemi *Covid-19* ini (Kominfo P. P., 2021, hal. 3). Berikut banyaknya jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Kecamatan/Kelurahan di Kota Padang Panjang pada tahun 2021 sebagai berikut:

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Padang Panjang Pada Tahun 2021**

No	Kecamatan	Kelurahan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1.	Kec. Padang Panjang Timur	Silaing Bawah	1449	1449	1449
		Silaing Atas	585	585	585
		Pasar Usang	1140	1140	1140
		Kampung Manggis	1252	1252	1252
		Tananh Hitam	966	966	966
		Pasar Baru	1567	1567	1567
		Bukit Surungan	642	642	642
		Balai Balai	1239	1239	1239
<b>Jumlah</b>			<b>8840</b>	<b>8840</b>	<b>8840</b>
		Koto Panjang	622	622	622
		Koto Katik	467	467	467

2.	Kec. Padang Panjang Barat	Ngalau	694	694	694
		Ekor Lubuk	429	429	429
		Sigando	578	578	578
		Ganting	730	730	730
		Guguk Malintang	732	732	732
		Tanah Pak Lambik	596	596	596
<b>Jumlah</b>			<b>4848</b>	<b>4848</b>	<b>4848</b>
<b>Total keseluruhan</b>			<b>13.688</b>	<b>13.688</b>	<b>13.688</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang Panjang tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Padang Panjang yang paling banyak di Kecamatan Padang Panjang Timur dengan jumlah 8840 sedangkan di Kecamatan Padang Panjang Barat hanya 4848 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan total keseluruhan 13.688 usaha di Kota Padang Panjang.

Pendapatan adalah salah satu pertahanan bagi para pelaku UMKM dapat bertahan ditengah pandemi, begitu pentingnya pendapatan dalam keberlangsungan UMKM, seperti UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang yang mengalami penurunan pendapatan pada masa pandemi.

Berikut data UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang dan hasil wawancara awal pada pemilik UMKM:

**Tabel 1. 3**  
**Data UMKM yang diteliti di Kelurahan Koto Panjang**

No	Nama Usaha	Jenis UMKM	Nama Pemilik
1	Nikita Sprei	Usaha <i>Fashion</i>	Ibu Sefry Yeni
2	Ampera Nasi Nitta	Usaha Kuliner	Ibu Anita
3	Yanti Laundry	Usaha Jasa	Ante Yanti
4	Warung Bakso Bukde	Usaha Kuliner	Bukde Suji
5	Tempat FotoCopy	Usaha Agribisnis	Bapak Anto

6	Ampera Nasi Gaya Baru	Usaha Kuliner	Ante Santi
7	Pincuran Laundry	Usaha Jasa	Ante de
8	Warung P&D Makciah	Usaha Agribisnis	Ibu Acih
9	Warung Bakso Tulang	Usaha Kuliner	Pak De
10	Depot Air Minum 789	Usaha Jasa	Bapak Hutson
11	Bengkel Las Besi	Usaha Jasa	Bapak Das
12	Kosan Bukwe	Usaha Agribisnis	Ibu Wahini
13	Bengkel Motor	Usaha Jasa	Bang Fajar
14	Warung Sarapan Pagi	Usaha Kuliner	Bapak Del
15	Warung Barang Harian	Usaha Agribisnis	Buk Ida
16	Warung Potong Ayam	Usaha Agribisnis	Om Momon
17	Warung santan	Usaha Jasa	Ante Ira
18	Warung Jahit	Usaha Jasa	Pak Katik
19	Warung Gorengan	Usaha Agribisnis	Ante Sari
20	Tempat Jual Bensin	Usaha Agribisnis	Ibuk Neng
21	Warung Sarapan Pagi	Usaha Kuliner	Ante Eli
22	Tempat Jual Gas	Usaha Agribisnis	Ante Des
23	Warung Barang Harian	Usaha Agribisnis	Ante Ling
24	Tempat Jual Bensin	Usaha Agribisnis	Abak
25	Fenny Spray	Usaha <i>Fashion</i>	Ante Fenny
26	Toko P&D Son	Usaha Agribisnis	Bapak Son
27	Nasi Goreng Pak Katik	Usaha Kuliner	Pak Katik
28	King Dessert Box	Usaha Kuliner	Ibuk Suarni
29	Toko Bunga Kak Nan	Usaha Agribisnis	Ibuk Nan
30	Ampera Nasi Shaqil	Usaha Kuliner	Tante Sani
31	Toko Perlengkapan Rumah	Usaha Agribisnis	Bapak Budi
32	Bengkel 4D Jok	Usaha Jasa	Uda Dedi
33	Toko Kaos Kenken	Usaha <i>Fashion</i>	Bang Qori
34	Toko Kue Dedek	Usaha Kuliner	Ibuk Pstri
35	Kadai Makanan Z	Usaha Kuliner	Bapak Iwan

36	Depot Air Mecaqua	Usaha Jasa	Ibuk Eni
37	Toko Bunga Lestari	Usaha Agribisnis	Ante Tari
38	Ketring Medyna	Usaha Kuliner	Ibuk Nelly
39	Toko P&D Pakson	Usaha Agribisnis	Bapak Soni
40	Bengkel RG Motor	Usaha Jasa	Uda Riko
41	Lalama Kuliner	Usaha Kuliner	Mama Lina
42	Cuba Mobillindo	Usaha Jasa	Bapak Indo

Sumber: observasi UMKM di Kelurahan Koto Panjang

Dari sekian banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah di atas, penulis telah melakukan survei awal sebanyak 8 warung, hasil wawancaranya sebagai berikut:

1. Wawancara yang dilakukan pada hari Kamis, tanggal 11 November 2021 di Toko Nikita Sprei yang dimiliki oleh Ibu Sefry Yeni yang berumur 45 tahun yang menjual berbagai macam spre, *bed cover*, kelambu, dan selimut yang telah berdiri dari tahun 2011 sampai sekarang. Toko Nikita Sprai ini banyak mendapatkan pesanan sebelum Lebaran Hari Raya dan Tahun Baru. Jauh berkurangnya hasil pendapatan dan pemesanan selimut, *bed cover* dan sprai kasur selama 1 tahun terakhir ini dikarenakan corona tidak adanya pemesanan barang seperti sprai kasur, *bed cover*, selimut dan kelambu menjelang hari raya karena tidak ada orang pulang kampung.
2. Wawancara yang dilakukan pada hari Jum'at tanggal 12 November 2021 di Warung Nasi Ampera Nitta 10.000 yang dimiliki oleh ibu Yunitta sendiri yang berumur 54 tahun yang telah berdiri sejak tahun 2019 sebelum masuknya *Covid-19* ini datang ramainya orang membeli nasi Ampera Nitta untuk makan siang, paling ramai dihari Jum'at karena orang banyak membeli nasi setelah selesai sholat Jum'at untuk makan siang di Ampera Nita yang berharga Rp10.000 perbungkus jika sambal saja Rp8000 per potong. Pada masa pandemi *Covid-19* ini tidak begitu berkurang pendapatan dari hasil penjualan nasi ampera Nitta karena masyarakat sekitar masih membeli nasi

ampera, dan pelayanannya yang baik juga memberikan dampak terhadap penjualan nasi ampera ini, serta masakannya yang enak.

3. Wawancara dilakukan pada hari Sabtu tanggal 13 November 2021, di Warung Bakso yang bernama Bukde Suji yang berumur 58 tahun yang terletak di antara perumahan Koto Panjang telah lama membuka warung bakso, yang buka dari jam 12.00 siang sampai jam 10.00 malam dengan harga bakso Rp15.000 dan pangsit Rp12.000. Hasil wawancara dari Bukde Suji yang rata-rata pendapatannya sebanyak Rp500.000–Rp600.000 tetapi selama *Covid-19* ini pendapatan Bukde Suji menurun sampai Rp300.000–Rp350.000.
4. Wawancara selanjutnya pada hari Kamis, tanggal 14 Juni 2022 di kosan Ibu Wahini yang berumur 65 tahun, kos-kosan ibu wahini didirikan semenjak tahun 2010, alasan Ibu Wahini mendirikan kos-kosan ini yaitu untuk memanfaatkan lahan kosong untuk dijadikan peluang usaha, kos-kosan ini terdiri 10 kamar dengan pembayaran Rp200.000/orangnya. Semenjak adanya *Covid-19* ini banyak kamar yang kosong karena penghuni kamar dominan mahasiswa dari ISI Padang Panjang sehingga selama masa *Covid-19* mahasiswa banyak yang pulang kampung karena pemerintah menerapkan untuk *Working from Home* untuk menghindari penyebaran *Covid-19*.
5. Wawancara tambahan dilakukan pada tanggal 27 Mei 2022 di warung santan ante Ira yang berumur 43 tahun yang menjual santan siap dan kelapa giling hasil dari wawancara ante Ira mengatakan berkurangnya pemesanan dari pelanggan seperti yang menjual ketupat gulai atau pemesanan santan dari rumah makan dan ampera karena sedikitnya orang membeli ketupat atau nasi ampera. Oleh karena itu yang biasanya ante Ira membutuhkan sebanyak 60 sampai 90 kelapa selama dua hari, pada masa *Covid-19* hanya membutuhkan 30–50 kelapa saja.
6. Wawancara selanjutnya dilakukan pada tanggal 28 Mei 2022 di Yanti *Loundry*, *Loundry* ini dibuka pada tahun 2016 oleh Ante Yanti yang berumur 45 tahun, alasan Ante Yanti membuka *Loundry* ini karena di

Kelurahan Koto Panjang banyak masyarakat yang berkerja dari pagi hingga sore sehingga tidak sempat untuk menyuci pakaian, jika ada hari libur pun masyarakat banyak yang keluar rumah untuk jalan-jalan, sehingga masyarakat menggunakan jasa *Loundry* untuk pakaian mereka. Tetapi selama *Covid-19* kemarin berkurangnya pemasukan baju ke *Loundry* ini karena *working from home*.

7. Wawancara selanjutnya dilakukan pada tanggal 29 Mei 2022 di depot air 789 dibuka pada tahun 2010 yang dimiliki oleh Bapak Hutson yang berumur 47 tahun usaha ini sudah berjalan cukup lama dan merupakan usaha sampingan karena pekerjaan utama bapak Hutson adalah sebagai guru Biologi di SMK N 1 Padang Panjang. Hasil wawancara dari bapak Hutson yaitu selama *Covid-19* lumayan banyak masyarakat memesan galon di depot 789 sehari sampai 120–150 galon karena masyarakat banyak menghabiskan kegiatan dirumah .

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang, sehingga penulis mengambil judul **“Dampak Pandemi *Covid-19* Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah dampak *Covid-19* terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana dampak *Covid-19* terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang?



#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Dampak *Covid-19* terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

#### **E. Manfaat Dan Luaran Penelitian**

Melalui penelitian ini di harapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

##### 1. Manfaat

###### a. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu untuk membuktikan tentang pentingnya peranan pengusaha di dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Dalam teori ini ditujukan bahwa para pengusaha merupakan golongan yang akan terus menerus membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi.

###### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh yaitu tentang evaluasi dampak.
- 2) Bagi Pemerintah Daerah, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan tambahan referensi dan evaluasi bagi pemerintah daerah untuk memperbaiki hal yang dirasa kurang dalam kebijakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat Pandemi.

###### c. Manfaat Akademis

Merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program sarjana strata 1 (S1) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEBI) Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

##### 2. Luaran

Adapun luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah, dan bisa menambah khazanah pustaka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

## **F. Definisi Operasional**

Agar tidak terjadi kesalahan pemahaman pembaca dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka peneliti memandang perlu untuk mengemukakan secara tegas dan terperinci maksud judul “Dampak Pandemi *Covid-19* Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)”.

### **Omzet**

Omzet adalah jumlah uang dari hasil penjualan barang dagangan tertentu selama masa jual. Dengan kata lain omzet yaitu jumlah uang yang diperoleh dari hasil penjualan dalam jangka waktu tertentu tanpa dikurangi dengan biaya-biaya seperti biaya bahan baku, biaya produksi, biaya upah karyawan, biaya sewa, biaya pemasaran dan yang lainnya, untuk itu omzet sering kali disebut dengan pendapatan kotor (Nissa Nurfitriya, 2015, hal. 4).

Omzet yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah uang yang didapatkan oleh pelaku UMKM dari hasil penjualan dalam kurun waktu tertentu, dengan kata lain omzet juga disebut dengan pendapatan kotor.

### **Corona Virus**

Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/Severe Acute Respiratory Syndrome (*SARS*). Corona virus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luarbiasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (*SARS-COV2*),

dan menyebabkan penyakit *Corona virus Disease-2019 (COVID-19)* (Kemenkes, 2021, hal. 10).

### **UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap dan UMKM juga merupakan sekelompok usaha yang dikelola oleh perorangan atau suatu badan usaha tertentu yang kriterianya berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008.

UMKM yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sektor usaha produktif yang dijalankan individu, rumah tangga atau badan usaha kecil yang berada di Kelurahan Koto Panjang.

### **Dampak**

Dampak secara umum dalam hal ini adalah segala sesuatu yang ditimbulkan akibat adanya 'sesuatu'. Dampak itu sendiri juga bisa berat, konsekuensi sebelum dan sesudah adanya 'sesuatu' (Arif, 2009, hal. 45).

Dampak yang diterima oleh pelaku UMKM selama masa Covid-19 tidak hanya kurangnya hasil dari pendapatan yang didapat tetapi juga berdampak pada pelayanan dan produksi pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Covid-19**

###### **a. Pengertian Covid-19**

Di awal tahun 2020, dunia digemparkan dengan adanya virus baru yaitu corona virus jenis baru (SARS-CoV-2), dan penyakitnya disebut dengan *Corona virus disease 2019 (Covid-19)*. Diketahui asal mula virus tersebut berasal dari Wuhan, Tiongkok. Di temukan pada akhir Desember pada tahun 2019. Pada awalnya data dari Epimologi menunjukkan sebanyak 66% pasien berkaitan dengan salah satu pasar *seafood* di Wuhan Provinsi Hobei Tiongkok.

Menurut WHO, coronavirus (*COVID-19*) adalah penyakit menular yang disebabkan virus corona yang baru ditemukan. Kebanyakan orang yang terinfeksi virus *Covid-19* akan mengalami penyakit pernafasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa melakukan perawatan khusus. Orang tua dan mereka yang memiliki masalah medis seperti penyakit *kardio vaskular*, diabetes, penyakit pernafasan kronis, dan kanker lebih mungkin untuk mengembangkan penyakit-penyakit serius (Pakpahan, 2019, hal. 12).

Indonesia pertama kali melaporkan *Covid-19* pada 2 Maret 2020, terkonfirmasi berjumlah 1.528 kasus dan 136 kasus kematian pada 31 Maret 2020. Tingkat mortalitas *Covid-19* di Indonesia sebesar 8,9%, angka ini merupakan angka tertinggi di Asia Tenggara. Per 30 Maret 2020, terdapat 693.224 kasus dan 33.106. Sedangkan penyebaran virus corona pertama kali masuk ke Kota Padang Panjang karena adanya tenaga medis yang dinyatakan positif sebanyak 13 orang di RSUD Kota Padang Panjang yang sebelumnya tertular dari salah satu pasien asal Kabupaten Tanah Datar.

## **b. Dampak yang Ditimbulkan dari Covid-19**

Munculnya penyakit Corona ini menimbulkan banyak dampak. Tidak hanya di Indonesia, tetapi seluruh dunia merasakan dampaknya. Pandemi virus corona yang menyebabkan *Covid-19* semakin menghantam ekonomi global. Akibat wabah ini, banyak pabrik dan departemen lain mengalami kesulitan. Alhasil, pemerintah menutup semua aktivitas luar ruangan untuk mencegah penyebaran virus ini. Selain itu, yang ingin berpergian harus menggunakan alat pelindung diri seperti masker (Raharjo, 2021, hal. 8).

Pemerintah juga telah melakukan isolasi sosial untuk mengurangi dampak kebijakan yang telah dikeluarkan, dan pemerintah juga telah melakukan serangkaian persiapan intensif untuk menjaga daya beli masyarakat. Pemerintah sebaiknya berkonsentrasi dan menghentikan penyebaran corona. Pemerintah juga memberikan bantuan, antara lain peningkatan PKH, kartu sembako, penambahan kartu pra kerja, pembebasan tagihan listrik, perumahan intensif, pajak, dan yang lainnya.

Saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kembali dihadapkan dengan masalah yang besar. Kemunculan pandemi *Covid-19* telah mempengaruhi perekonomian global, termasuk Indonesia. Dikhawatirkan bahwa pandemi kali ini akan membawa Indonesia menuju krisis yang kemungkinan lebih parah dari pada krisis finansial Asia 1997/1998 oleh karena terganggunya rantai permintaan dan penawaran secara bersamaan. Badan Pusat Statistik mengumumkan bahwa perekonomian Indonesia bertumbuh sebesar 2,97% pada kuartel pertama tahun 2020. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu saja, tanpa terkecuali, mengalami dampak dari kemunculan pandemi.

Beberapa laporan awal mengindikasikan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi kelompok usaha yang

terdampak sebab mereka memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap barang input eksternal. Banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah mengalami penurunan permintaan dalam jumlah besar dan mendadak sehingga mengurangi omzet penjualan. Pada waktu bersamaan, kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat mengalami kehilangan pasokan tenaga kerja yang disebabkan oleh pemberlakuan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Mulyani, 2020, hal. 27).

## **2. Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM**

### **a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM) umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata pertahun atau jumlah pekerja tetap. Di Indonesia, defenisi UMKM diatur berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Defenisi menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) seperti yang tercantum pada Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan, dengan kriteria sebagai berikut:

#### **1) Usaha Mikro**

Usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 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 yang dimaksud dalam Undang-Undang. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp300.000.000.

## 2) Usaha Kecil

Usaha kecil diharapkan mampu memberikan lapangan kerja baru. Jika pertumbuhan penyerapan tenaga kerja baru. Jika pertumbuhan penyerapan tenaga kerja tenaga kerja oleh sektor usaha besar dan menengah konsisten, maka sasaran pengangguran bahkan jika pengembangan kewirausahaan dan penumbuhan unit usaha baru dilaksanakan secara optimal, pengangguran terbuka akan dapat ditekan. Adanya lapangan pekerjaan dan meningkatnya pendapatan diharapkan akan membantu mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

Sulit mewujudkannya apabila masyarakat hidup dalam kemiskinan dan tingkat pengangguran yang tinggi, akibat ketimpangan penguasaan sumber daya produktif masih sangat nyata. Usaha Kecil dengan nilai aset lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan paling banyak aset Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan dari Rp300.000.000 hingga maksimum Rp25.000.000.000.

## 3) Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorang 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 lebih dari Rp500.000.000 hingga paling banyak Rp100.000.000 hasil penjualan tahunan sebanyak Rp2.500.000.000.000 milyar sampai yang paling tinggi sebanyak Rp50.000.000.000 milyar.

#### 4) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pengertian usaha kecil di Indonesia masih sangat beragam, menurut Departemen Perindustrian dan Bank Indonesia (1990) mendefinisikan usaha kecil berdasarkan nilai asetnya, yaitu suatu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan) bernilai kurang dari Rp600.000.000. secara umum pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utamanya yang berbasis pada pendayagunaan sumber daya alam, bakat dan karya seni tradisional dari daerah setempat (Rasyad, 2011, hal. 46).

#### **b. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut World Bank** antara lain:

- 1) *Small Enterprise* dengan kriteria jumlah karyawan kurang dari 30 orang, pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta, jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta.
- 2) *Micro enterprise*, dengan kriteria jumlah karyawan kurang dari 10 orang pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu, jumlah aset tidak melebihi \$ 100 ribu (Asmini, 2019, hal. 19).

#### **c. Tujuan dan Peranan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Tujuan dan Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008, tentang usaha mikro, kecil menengah yaitu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (Rasyad, 2011, hal. 52).



Usaha mikro memiliki peran yang penting dalam pembangunan ekonomi, karena instensi tenaga kerja yang relatif lebih tinggi dan investasi yang lebih kecil, sehingga usaha mikro lebih fleksibel dalam menghadapi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Hal demikian menyebabkan usaha mikro tidak terlalu berpengaruh oleh tekanan eksternal, karena dapat mengurangi impor dan memiliki kandungan lokal yang tinggi. Oleh sebab itu pengembangan usaha mikro dapat memberikan kontribusi pada diverifikasi ekonomi dan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan.

**d. Syarat Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Apabila ingin mendirikan sebuah usaha, maka sangat perlu Surat berbentuk Izin Pendirian Usaha (SIUP) supaya usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Dan dengan adanya SIUP ini bisa membuat lebih mudah ketika ingin meminjam sejumlah dana usaha ke bank atau pun lembaga keuangan lainnya.

**e. Tantangan dan Permasalahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Sebagaimana diketahui dari berbagai studi, bahwa dalam mengembangkan usahanya, UMKM menghadapi berbagai kendala baik yang bersifat internal maupun eksternal, permasalahan-permasalahan tersebut antara lain: aksesibilitas, manajemen, permodalan, teknologi, bahan baku, informasi dan pemasaran, infrastruktur, birokrasi dan pungutan, kemitraan. Dari beragamnya permasalahan yang dihadapi UMKM, nampaknya permodalan tetap menjadi salah satu kebutuhan penting guna menjalankan usahanya, baik kebutuhan modal kerja maupun investasi.

Ada beberapa faktor penghambat berkembangnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) antara lain kurangnya modal dan kemampuan manajerial yang rendah. Meskipun permintaan atas usaha mereka meningkat karena terkendala dana maka sering kali

tidak bisa untuk memenuhi permintaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan untuk mendapatkan informasi tentang tata cara mendapatkan dana dan keterbatasan kemampuan dalam membuat usulan untuk mendapatkan dana. Kebanyakan UMKM dalam menjalankan usaha tanpa adanya perencanaan, pengendalian maupun juga evaluasi kegiatan usaha (Rasyad, 2011, hal. 42).

Permasalahan UMKM dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Permasalahan yang bersifat klasik dan mendasar pada UMKM (*basic problems*), antara lain berupa permasalahan modal, bentuk badan hukum yang umumnya non formal, Sumber Daya Manusia (SDM), pengembangan produk dan akses pemasaran;
- 2) Permasalahan lanjutan (*advanced problems*), antara lain pengenalan dan penetrasi pasar ekspor yang belum optimal, kurangnya pemahaman terhadap desain produk yang sesuai dengan karakter pasar, permasalahan hukum yang menyangkut hak paten, prosedur kontrak penjualan serta peraturan yang berlaku di negara tujuan ekspor;
- 3) Permasalahan antara (*intermediate problems*), yaitu permasalahan dari instansi terkait untuk menyelesaikan masalah dasar agar mampu menghadapi persoalan lanjutan secara lebih baik. Permasalahan tersebut antara lain dalam hal manajemen keuangan, dan keterbatasan dalam kewirausahaan (Neddy, 2006, hal. 63).

**f. Kelebihan dan Kekurangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Kelebihan dari UMKM adalah setiap pemilik dari usaha yang ada itu bisa bertindak dalam mengambil keputusan yang ada, ada juga bisa langsung ikut serta ketika menjalankan usaha yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Sedangkan kekurangan dari Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) adalah ketika menjalankan dan mengembangkan suatu

usaha agak sulit dikarenakan jumlah modal yang sangat terbatas, juga susah mendapatkan karyawan karena gaji yang ditawarkan itu tidak besar. Selain itu pemilik dari usaha UMKM ini menjual barangnya itu tidak tetap yang berarti ia bisa saja menjualnya di waktu lain.

**g. Kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Dalam perspektif usaha, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diklasifikasikan dalam empat kelompok antara lain:

- 1) Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- 2) UMKM mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- 3) Usaha kecil dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- 4) *Fast moving enterprise* adalah UMKM yang mempunyai jiwa kewirausahaan yang cakap dan telah bersiap bertransformasi menjadi usaha besar.

**h. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Menurut Departemen Koperasi dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki beberapa peran penting antara lain:

- 1) Sebagai pemeran utama dalam kegiatan dan pemerataan ekonomi

UMKM berperan sebagai sarana untuk lebih pemeratakan tingkat perekonomian masyarakat kecil. Hal ini disebabkan karena keberadaan UMKM yang tersebar diberbagai lokasi dan tempat yang berbeda dengan perusahaan besar. Keberadaan UMKM bisa kita temukan hampir di 34 provinsi sehingga

mampu memperkecil jurang perbedaan tingkat ekonomi antara masyarakat miskin dengan kaya.

2) Penyedia lapangan kerja yang terbesar

UMKM berperan penting dalam hal penciptaan kesempatan kerja. Hal ini disebabkan tingginya jumlah angkatan kerja akibat dari besarnya jumlah penduduk, dan keterbatasan usaha besar dalam menyerap para pencari kerja serta ketidak mampuan usaha besar dalam menciptakan kesempatan kerja.

3) Peran usaha UMKM dalam kesejahteraan masyarakat

Peran UMKM dalam membangun perekonomian negara khususnya ekonomi masyarakat sekitar untuk pemenuhan kebutuhan sehari hari terlebih masa yang akan datang sangat berdampak terhadap kegiatan ekonomi masyarakat dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

4) Penciptaan pasar baru dan sumber inovasi

Keberlanjutan usaha pada UMKM dapat dilihat dari keberhasilan UMKM tersebut dalam melakukan inovasi pada produknya, pengelolaan karyawan dan pelanggan yang baik, serta pengembalian terhadap modal awalnya. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki orientasi untuk berkembang dan dapat melihat peluang sekaligus berinovasi secara berkesinambungan.

5) Sebagai salah satu sumber pemasukan devisa bagi negara

Peran UMKM mampu memberikan devisa yang cukup besar sebagai salah satu penerimaan bagi negara dan berkontribusi terhadap neraca pembayaran. Diawal kehadiran UMKM berperan penting dalam penciptaan kesempatan kerja sekaligus motor penggerak utama dalam pembangunan ekonomi di daerah.

### **i. Jenis–Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Seperti yang dijelaskan pada pengertian UMKM yang tertuang dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998 sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari berskala yang lebih besar, berikut ini ada tiga jenis usaha yang termasuk UMKM yaitu:

#### 1) Usaha Kuliner

Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.

#### 2) Usaha *Fashion*

Selain makanan, UMKM di bidang *fashion* adalah bisnis yang bergerak dibidang busana, baik itu sesuatu yang dikenakan pada tubuh, maupun yang memperindah penampilan tubuh. Bisnis *fashion* akan selalu memberikan keuntungan yang besar, karena usaha *fashion* saat ini juga sedang diminati setiap tahun mode dan tren *fashion* baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis *fashion*.

#### 3) Usaha Jasa

Usaha dibidang jasa adalah usaha yang tidak menghasilkan produk tetapi menghasilkan jasa, seperti ilmu atau suatu keahlian dalam bidang tertentu, upah yang diterima akan sesuai dengan jasa yang telah dilakukan.

#### 4) Usaha Agribisnis

Usaha agribisnis tidak hanya di bidang pertanian yang bermodalan tanah yang luas, usaha agribisnis juga bisa memanfaatkan perkarang rumah yang disulap menjadi lahan usaha agribisnis yang menguntungkan (Keppres, 2008, hal. 24).

**j. Ciri-ciri dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

## 1) Dapat berganti-ganti barang

Barang yang bisa diperjual belikan ketika menjalankan suatu kegiatan usaha ini dapat berganti-ganti. Karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang jumlah barang dagangnya ini belum terlalu banyak.

## 2) Lokasi pun dapat berpindah

Dalam hal lokasi yang ada ketika menjalankan suatu usaha ini juga bisa berpindah-pindah karena izin usaha yang diperoleh oleh pengelola UMKM ini tidak termasuk tanah dan juga bangunan, maka mudah saja jika ingin pindah lokasi sesuai yang diinginkan.

## 3) Sebagian besar belum memiliki administrasi organisasi

Ketika menjalankan suatu usaha atau kegiatan, pengusaha UMKM ini menjalankan bisnisnya itu tidak atas dasar organisasi. Karena pengaturan dan kebijakan dari badan usaha itu sendiri belum ada.

**3. Omzet****a. Pengertian Omzet**

Omzet adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual. Perdagangan atau perniagaan pada umumnya adalah pekerjaan membeli barang dari suatu tempat dan suatu waktu dan menjual barang tersebut di tempat dan waktu lainnya untuk memperoleh keuntungan (Nissa Nurfitria, 2015, hal. 4).

Chaniago berpendapat bahwa omzet adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Omzet dagang adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa

dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

Tjiptono berpendapat bahwa Omzet merupakan hasil dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan sebelumnya, kemudian menghasilkan uang sehingga perusahaan akan mendapatkan laba dari setiap penjualan barang per unitnya (Muhammad Irwan Trias Saputra, 2016, hal. 26).

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa omzet dagang adalah keseluruhan jumlah dagang barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh dan berdasarkan volume. Seorang pengelola usaha dituntut untuk selalu meningkatkan omzet dari hari kehari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Hal ini diperlukan kemampuan dalam mengelola modal agar kegiatan operasional perusahaan dapat terjamin kelangsungannya.

#### **b. Cara Meningkatkan Omzet**

Salah satu hal penting bagi seorang pebisnis yaitu mengetahui apakah produk yang mereka jual dapat disukai atau tidak di pasaran. Banyak faktor yang dapat kita lakukan untuk menaikkan omset penjualan dalam berwirausaha (Muslim, 2017, hal. 15).

##### **1) Memiliki Kepribadian Unggul**

Untuk itu setiap pedagang yang ingin meningkatkan omzet dagang di atas target, mutlak harus memiliki kepribadian unggul dan bukan hanya sekedar pandai menjual. Pedagang harus mempunyai kesabaran dan kerendahan hatiterhadap semua orang. Mereka juga harus ramah dan tidak boleh sombong meskipun memiliki segudang pengalaman menjual. Penjual juga harus mampu berempati dan *fleksibel* kepada pelanggan agar pelanggan merasa senang. Pada akhirnya, pedagang harus tetap antusias pada saat kapan pun dan dimana pun bertemu dengan pelanggan. Mereka juga harus menjaga kedisiplinan sehingga

pelanggan merasa dihargai. Selain itu mereka harus siap melayani setiap pelanggan karena pelanggan sebenarnya yang menggaji semua karyawan.

## 2) Berani Berubah

Kebutuhan konsumsi akan terus bertambah, baik terhadap produk/jasa. Ini berarti jumlah pesaing akan semakin bertambah, bahkan pesaing dari mancanegara akan semakin banyak hadir ke dalam pasar domestik. Menyiasati semua itu, mau tidak mau, suka atau tidak suka, para salesman harus mulai berubah. Mereka harus memiliki paradigma lebih global dan tidak gagap teknologi. Juga tidak boleh lagi berpikir secara jangka pendek hanya mengejar order semata melainkan harus berpikir panjang dan berpikir tentang *customer*.

## 3) Membangun Jaringan

Membangun jaringan adalah mutlak harus dilakukan oleh para pedagang saat ini mengingat pelanggan sudah saling terhubung dengan kemajuan teknologi internet. Mereka saling berkomunikasi untuk mendapatkan informasi. Untuk itu kita hendaknya lebih dekat dengan mereka bila ingin menambah jumlah pelanggan.

## 4) Jangan Takut Bersaing

Menghadapi pesaing yang sering melakukan serangan “perang harga” atau harga murah tidak bisa dihadapi dengan cara yang sama. Harus disadari bahwa bisnis harus menghasilkan laba, bukan kerugian. Untuk itu dalam menghadapi pesaing, harus lebih bersikap rendah hati tetapi tetap tidak gentar.

Omzet sangat bergantung pada wilayah penjualan yang akan dikelola. Wilayah penjualan yang potensial atau sering disebut dengan istilah “lahan basah” sering menjadi rebutan para pedagang. Jika pertama kali masuk ke dalam wilayah penjualan yang baru, maka yang harus dilakukan adalah menganalisis



wilayah tersebut dengan mengetahui potensi pasarnya. Selain itu mengamati pesaing yang ada di wilayah tersebut, mengingat jumlah pesaing berkaitan langsung dengan pencapaian penjualan

**c. Fungsi dan Manfaat Omzet**

Omzet memiliki fungsi dan manfaat untuk mengetahui kemampuan menjual suatu produk/barang dalam satu periode. Dengan perhitungan omzet yang telat pelaku usaha dapat menentukan strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan penjualan.

**4. Penjualan**

**a. Konsep penjualan**

Banyak definisi penjualan yang dikemukakan oleh para pakar yang meskipun berbeda namun pada dasarnya sama. Adanya perbedaan ini disebabkan oleh perbedaan penekanan dan sudut pandang diantara para ahli itu sendiri.

Menurut Kotler pemasaran (*marketing*) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Proses pemasaran telah terjadi dan dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi (Kotler, 2017, hal. 51).

Menurut Daryanto penjualan adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Daryanto, 2011, hal. 44).

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan.

penjualan adalah Ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkannya.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut diatas, dapat dilihat bahwa penjualan merupakan suatu proses untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan membuat, menawarkan dan secara bebas menukarkan produk barang atau jasa yang mempunyai nilai untuk memuaskan konsumen dan berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang menggunakan prinsip pemberian harga, promosi, hingga mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen untuk mencapai sasaran serta tujuan organisasi.

#### **b. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Penjualan**

Menurut Swastha dan Irwan, kegiatan penjualan di pengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor–faktor tersebut sebagai berikut:

##### 1) Kondisi pasar dan kemampuan penjualan

Transaksi jual beli memindahkan hak milik secara komersial atas barang dan jasa pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sarana penjualan yang diharapkan.

##### 2) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor–faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan adalah:

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c) Daya belinya
- d) Frekuensi pembelinya
- e) Keinginan dan kebutuhan

### 3) Modal

Modal akan lebih sulit bagi penjual, apabila jasa yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini penjual harus memperkenalkan jasanya terlebih dahulu pada pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut di perlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transportasi, usaha promosi dan sebagainya.

### 4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar masalah penjualan ditangani tersendiri oleh bagian penjualan yang di pegang orang-orang tertentu atau ahli bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

### 5) Faktor lain

Faktor-faktor lain seperti: periklanan, peragaman, kampanye, pemberi hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya di perlukan sejumlah dana yang tidak efektif (Amir M. T., 2015, hal. 32)

## c. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan kestabilan dalam mencari keuntungan. Apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Tujuan umum penjualan dalam perusahaan sebagai berikut:

### 1) Mencapai volume penjualan

Volume penjualan adalah suatu studi mendalam tentang masalah penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan. Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan dari konsep pemasaran, artinya laba itu dapat diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini, perusahaan dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen,

serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan.

2) Mendapatkan laba tertentu

Setiap perusahaan tentunya ingin mendapatkan laba dari hasil penjualannya. Laba itu diperoleh dari pengurangan pendapatan atau hasil penjualan dengan biaya produksi, jika perusahaan tidak mendapatkan laba dalam penjualannya maka akan mengalami gulung tikar, karena uang perusahaan tidak bisa berputar untuk biaya-biaya produksi selanjutnya.

3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Dalam hal ini perlu adanya kerjasama yang rapi di antara fungsionaris bagian keuangan yang menyediakan dananya, bagian dari personalia menyediakan tenaganya, bagian promosi dan sebagainya, maupun dengan cara penyalur. Namun demikian semua ini tetap menjadi tanggung jawab dari pimpinan (*Top Manager*), dan dialah yang harus mengukur seberapa besar sukses atau kegagalan yang harus dihadapinya (Swastaha, 2009, hal. 55).

**d. Hal-hal yang berhubungan dengan Penjualan**

Menurut Sutanto yang mengemukakan bahwa pada kegiatan usaha berkaitan dengan banyak hal antara lain:

1) Unsur hubungan

Fungsi hubungan antara produsen-konsumen mengharuskan pengenalan pada dua pihak tersebut. Pihak produsen harus dikenal diantaranya, kekuatan modalnya, barang yang dihasilkan, syarat penjualan, sedangkan pihak pada konsumen harus dikenal sebagai besar konsumen, daya belinya, frekuensi pembelian, tuntutan objektif konsumen.

2) Organisasi penjualan

Pada perusahaan kecil yang diperlukan adalah pengaturan penjualan, untuk perusahaan kecil masalah organisasi ini

berubah menjadi langkah mengatur penjualan yang lebih sederhana, misalnya:

- a) Ada dan beberapa yang dipasarkan
- b) Kapan waktunya yang tepat
- c) Siapa sasaran penjualan
- d) Bagaimana penjualan itu supaya berhasil
- e) Bagaimana pembayaran diatur

Struktur organisasi adalah beberapa departemen dengan kelompok kerja, produksi dan pemasaran yang merupakan kelompok kerja yang dapat bergabung memenuhi proyek khusus, sedangkan menurut Radiosunu tujuan umum perusahaan adalah motivasi ekonomi dan etika dari perusahaan misalnya: menghasilkan barang berkualitas tinggi dan memelihara integritas perusahaan.

#### **e. Modal Penjualan**

Semua usaha itu memerlukan tempat, alat dan sarana pembantu lainnya, untuk mengadakan semua itu diperlukan modal, besar kecilnya modal tergantung dari besar kecilnya jumlah jenis barang yang dipasarkan, untuk memasarkan barang-barang ini biasanya diperlukan:

- 1) Transport
- 2) Ruangan, dan kios
- 3) Ruangan untuk menyimpan (gudang)
- 4) Alat-alat peraga dan penunjang lainnya

#### **f. Sarana Fisik Penjualan**

Sarana fisik yang diadakan dengan pengeluaran biaya itu, yang kadang-kadang cukup besar, harus diatur agar tujuan penjualan dapat dicapai secara maksimal. Syarat-syarat pokok yang harus diperlukan adalah:

- 1) Mudah dicapai oleh pembeli, bersih, dan menarik,
- 2) Cukup terang dan leluasa, agar pembeli dapat memilih barang sebaik-bainya

**g. Tenaga Penjualan**

Ada syarat-syarat yang diperlukan untuk pekerjaan semacam ini antara lain:

- 1) Kepribadian yang menarik
- 2) Lincih ramah dan sopan
- 3) Tahan bekerja (ulet dan sehat)
- 4) Jujur
- 5) Mengerti prinsip administrasi

Adapun produk Menurut Thamrin produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi panca indra) (Swastha, 2009, hal. 43).

Sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik itu kebutuhan primer atau kebutuhan sekunder (Thotik Gunara, 2008, hal. 29). Kalau didefinisikan secara luas produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud diatas.

Pada dasarnya pemasaran suatu barang mencakup perpindahan atau aliran dari dua hal, yaitu aliran fisik barang itu sendiri dan aliran kegiatan transaksi untuk barang tersebut, mulai dari penjual, produsen sampai kepada pembeli konsumen akhir (Assauri, 2013, hal. 17). Berikut konsep pemasaran yang harus diketahui antara lain:

- a. Kebutuhan adalah sebuah kondisi dimana kita merasa kekurangan atas satu barang tertentu, dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya.
- b. Keinginan adalah kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu. Artinya individu mungkin

mempunyai kebutuhan yang sama, seperti kebutuhan makan, minum, atau pakaian. Namun, individu bisa memiliki keinginan yang berbeda karena sudah ada peranan budaya dan kepribadian.

- c. Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli. Manusia dapat memiliki keinginan, namun belum tentu merupakan permintaan atas produk tertentu bila ia tidak memiliki daya beli.
- d. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.
- e. Nilai pelanggan adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu.
- f. Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
- g. Pasar, dirumuskan sebagai mereka yang membeli barang sekarang, termasuk mereka yang potensial untuk membeli barang dari kita (Amir M. T., 2005, hal. 58).

Menurut Bygrave sebagaimana yang dikutip oleh Ismail Yusanto dalam bukunya, strategi penjualan adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran guna mencapai sasaran usaha. Dalam bahasa yang lebih sederhana, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai (Muhammad Ismail Yusanto, 2008, hal. 78).

a. Produk (*Product*)

Sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik itu kebutuhan primer atau kebutuhan sekunder.

b. Harga (*Price*)

Harga dapat diartikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, dimana nilai tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang

terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang menyertainya.

c. Distribusi/lokasi (*Place*)

*Place* diartikan sebagai distribusi. Distribusi adalah bagaimana produk dapat sampai pada pengguna akhir, yang dalam hal ini adalah pelanggan dengan biaya yang seminimal mungkin tanpa mengurangi kepuasan pelanggan dan apa pengaruh *place* juga dapat diartikan sebagaipemilihan tempat atau lokasi usaha. Perencanaan pemilihan lokasi yang baik, tidak hanya berdasar pada istilah strategis, dalam artian memandang pada jauh dekatnya pada pusat kota atau mudah tidaknya akomodasi menuju tempat tersebutnya pada keseimbangan keuangan perusahaan.

## 5. Modal

### a. Teori Modal Usaha

Modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha selain aspek lain yang tidak kalah pentingnya yaitu SDM (keahlian tenaga kerja), teknologi, ekonomi, serta organisasi atau legalitas. Modal usaha dapat diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menjalankan usaha agar tetap berjalan. Modal usaha juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari.

### b. Macam – macam Modal Usaha

- 1) Modal kerja, dikenal juga dengan harta lancar yang lebih identik dengan modal berbentuk modal uang yang di gunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran produksi atau kegiatan operasional seperti:
  - a) Membeli bahan baku atau bahan pembantu
  - b) Membayar gaji karyawan
  - c) Biaya listrik, air, telepon, internet



- d) Biaya transportasi
  - e) Biaya administrasi umum.
- 2) Modal investasi (aset), dikenal dengan harta tetap, merupakan uang yang dikeluarkan untuk membeli barang-barang. Apabila usaha yang dijalankan berupa produksi maka dialokasikan untuk membeli peralatan dan mesin-mesin produksi. Apabila usahadi bidang jasa biasanya investasi dalam bentuk sewa atau beli tempat serta peralatan yang mendukung usaha.

#### c. Sumber-Sumber Modal

- 1) Modal Sendiri, modal sendiri merupakan dana yang disiapkan pengusaha dalam memulai dan mengembangkan usaha serta bersal dari tabungan yang disisihkan dari penghasilan dimasa lalu, baik disimpan dirumah ataupun bank dalam bentuk tabungan dan deposito.
- 2) Koperasi Simpan Pinjam, merupakan koperasi dengan bidang usahanya pelayanan tabungan dan pinjaman bagi anggotanya.

#### d. Indikator Modal Usaha

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam cara memperoleh modal usaha, yaitu:

- 1) Struktur permodalan : modal sendiri dan modal pinjaman
- 2) Pemanfaatan modal tambahan
- 3) Hambatan dalam mengakses modal eksternal
- 4) Keadaan usaha setelah menanamkan modal

### B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Menurut hasil penelitian terdahulu, terdapat dampak *Covid* terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perekonomian sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh **Sarmigi (2020)** dengan judul **“Dampak Covid-19 terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kerinci”**, dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif menunjukkan hasil penelitian bahwa *Covid-19*

memiliki pengaruh negatif terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM di Kabupaten Kerinci, dimana besaran pengaruhnya adalah 4,1%. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu berkaitan dengan dampak *Covid-19* terhadap penjualan dan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sedangkan penelitian terdahulu terkait dengan Pengaruh terhadap *Covid-19* terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Sarmigi, 2020).

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh **Erlina dan Iskandar** (2020) dengan judul “**Dampak Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia**”, dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif, menunjukkan hasil penelitian yaitu dampak *Covid-19* menyebabkan rendahnya sentimen investor terhadap pasar yang pada akhirnya membawa pasar ke arah cenderung negatif. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu dampak *Covid-19* terhadap penjualan dan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sedangkan penelitian terdahulu terkait dengan dampak *Covid-19* terhadap Perekonomian Indonesia (Iskandar, 2020).
3. Penelitian yang dilakukan oleh **Maya intan Pratiwi** (2020) yang berjudul “**Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM**” adalah hasil penelitiannya sejak kemunculan di akhir tahun 2019, virus *Covid-19* telah menyebar di seluruh dunia. Dengan cepatnya penyebaran *Covid-19*, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Mulai dari harga minyak bumi yang jatuh ke arah terendah, bursa saham yang terjun bebas, serta harga komoditas lain seperti gas dan minyak sawit diperkirakan juga akan tertarik kebawah apabila permintaan tidak segera pulih. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu dampak *Covid-19* terhadap penjualan dan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sedangkan penelitian terdahulu terkait dengan dampak *Covid-19* terhadap perlambatan ekonomi sektor UMKM.
4. Penelitian yang dilakukan oleh **Andi Amri** pada tahun 2020 dengan judul **Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

**(UMKM) di Indonesia**, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa ternyata kondisi UMKM di Indonesia pada saat pandemi ini mengalami perubahan model bisnis dari konvensional menjadi digitalisasi dikarenakan dapat meminimalkan biaya, mengurangi kelelahan, menjadi efisiensi daya dan juga terdapat perubahan strategi digital dan sosial, mengalami penurunan kapasitas, mulai dari produksi hingga penghasilan. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu berkaitan dengan dampak *Covid-19* terhadap penjualan dan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sedangkan penelitian terdahulu terkait dengan Dampak *Covid-19* Terhadap UMKM di Indonesia (Amri A. , 2020).

5. **Khofifah Nur Ihza**, melakukan penelitian pada tahunakhir 2020 dengan judul **“Dampak *Covid-19* terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Studi pada UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo”**, penelitian yang telah dilakukan tersebut dapat disimpulkanbahwa usaha Ikhwa Comp mengalami penurunan pendapatan secara drastis hingga 80% dari hari hari normal dan ada beberapa sektor yang terdampak pandemi *Covid-19* yaitu sektor pariwisata, perdagangan, dan investor yang mengalami penurunan pendapatan serta penurunan tingkat daya beli masyarakat. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu berkaitan dengan dampak *Covid-19* terhadap penjualan dan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang, sedangkan penelitian terdahulu terkait dengan Dampak *Covid-19* Terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Studi pada UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlangi, Mojokerto (Ihza, 2020).

**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

**A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu penelitian lapangan, dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Kualitatif disini yaitu suatu pendekatan yang memakai latar ilmiah yang menafsirkan fenomena yang telah terjadi.

**B. Latar dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang Provinsi Sumatera Barat.

**Tabel 3. 1**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan							
		Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mart 2022	Aprl 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022
1.	Pengajuan Proposal								
2.	Bimbingan Proposal								
3.	Seminar Proposal								
4.	Perbaikan Proposal setelah Seminar Proposal								
5.	Penelitian Skripsi								
6.	Bimbingan								

	Skripsi						
7.	Sidang Munaqasah						

*Sumber: Data diolah sendiri*

### C. Instrumen penelitian

Ketika penelitian ini berlangsung, penulis yang langsung menjadi instrumen yaitu dengan cara penulis langsung terjun kelapangan untuk meneliti dengan menggunakan daftar pertanyaan, wawancara, dan juga mengambil dokumentasinya.

Oleh karena itu kehadiran penulis di lapangan dibutuhkan untuk mengumpulkan informasi baik dengan metode wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. Dalam melakukann penelitian ini, penulis akan menggunakan catatan dan alat perekam berupa handpone untuk memudahkan penulis dalam menyimpan data dan meminimalisirkan kesalahan dan berusaha memahami situasi sosial secara mendalam dan berupaya menemukan pola untuk melahirkan suatu teori.

### D. Sumber data

#### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini ada pada dokumen-dokumen atau catatan dari Kantor Dinas Perindustrian, Koperasi dan UKM Kota Padang Panjang serta referensi yang memiliki hubungan dengan sasaran penelitian, baik dari situs internet dan buku-buku yang membahas tentang pengusaha UMKM.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Data dalam penelitian ini sebanyak 622 pelaku UMKM, penulis mengambil 15% dari 622 sehingga dapat sebanyak 42 pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang.

Adapun penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini, karena penulis merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh penulis, sehingga penulis mewawancarai pelaku UMKM disaat penelitian sebanyak 14 pelaku UMKM. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana dampak *Covid-19* terhadap Pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan berupa dokumentasi, wawancara secara langsung (*interview*), observasi (pengamatan) kepada pelaku UMKM Kelurahan Koto Panjang Kecamatan Padang Panjang Timur Kota Padang Panjang. Terkait dengan data yang akan ditanyakan adalah tentang seberapa berpengaruh pendapatan yang didapatkan oleh pelaku UMKM selama pandemi *Covid-19* ini berlangsung dan ketika pemerintah menerapkan beberapa peraturan baru seperti PSBB, *social distancing* dan hanya dibolehkan toko-toko khusus bahan pokok saja yang diizinkan beroperasi seperti biasa untuk sementara waktu yang tidak ditentukan.

### 1. Observasi (pengamatan)

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena terhadap yang ada pada objek penelitian. (Arikunto, 2012, hal. 46).

Peneliti akan mengamati jenis UMKM apa saja yang ada di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

## **2. Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan responden (narasumber) secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan, masalah serta hipotesis penelitian. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan cara bertatap muka secara langsung dengan pelaku UMKM Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

## **3. Dokumentasi**

Pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah dengan cara mencari data-data atau informasi pada buku-buku, catatan-catatan transkrip, jurnal, makalah dan lain sebagainya serta mengambil foto ketika proses wawancara dengan responden berlangsung dan kemudian mendeskripsikan hasil wawancara tersebut sebagai bukti yang kuat bahwa peneliti sudah melakukan wawancara terjun ke lapangan. Teknik pengambilan data dengan metode ini dianggap lebih mudah dibandingkan dengan teknik pengambilan data dengan metode lain seperti wawancara, observasi, ataupun sejenisnya.

## **F. Teknik Analisis Data**

Proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut :

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data ini bisa diartikan sebagai bahan untuk merangkum, fokus ke hal-hal penting saja dan menghapuskan yang tidak perlu. Jadi data yang direduksi dapat memberikan gambaran yang jelas dan dapat mempermudah peneliti ketika melakukan mengumpulkan data. Lalu semua hasil penelitian yang ada di lapangan semua dikumpulkan lalu dipilah mana data yang tepat untuk bisa digunakan. Jadi data yang diperoleh berupa hasil wawancara dari pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang.

## **2. Penyajian Data**

Dalam penelitian kualitatif, bentuk penyajian data yang bisa digunakan yaitu dalam bentuk berupa uraian singkat, juga teks yang sifatnya naratif. Disisi lain penyajian data juga bisa diartikan sebagai bentuk sekumpulan informasi yang tersusun dengan jelas yang pada akhirnya nanti dapat diambil kesimpulan dan juga tindakan. Dalam penelitian ini data ditampilkan dalam bentuk tabel 1.2, 1.3, 3.1 dan gambar 4.1.

## **3. Penarikan Kesimpulan/verifikasi**

Langkah ketika dari aktifitas analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi kesimpulan. Yang mana ketika peneliti langsung berada dilapangan lalu semua kesimpulan yang ada kemudian diverifikasi dengan cara melihat kembali semua catatan lapangan agar bisa mendapatkan pemahaman yang jelas dan tepat.

## **G. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Sebuah data mempunyai karakteristik atas dasar kebenaran dan kesalahan atas laporan yang diberikan. Maka dari itu untuk mengetahui kredibilitas data, dalam penelitian ini diperlukan uji keabsahan data.

Teknik triangulasi merupakan model ketiga untuk memperbaiki temuan dan interpretasi akan dapat dipercaya. Ada empat model yang berbeda di triangulasi, yaitu :

1. Triangulasi sumber, yaitu penggunaan sumber data yang beragam dalam studi.
2. Triangulasi investigator/peneliti, yaitu penggunaan beberapa peneliti atau evaluator yang berbeda.
3. Triangulasi teori, yaitu penggunaan perspektif-perspektif ganda untuk menginterpretasikan seperangkat data tunggal.
4. Triangulasi metodologis, yaitu penggunaan metode-metode ganda untuk menstudi masalah atau program tunggal



Teknik triangulasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek kembali informasi yang diperoleh dari pendataan UMKM dan Pengusaha UMKM di Kota Padang Panjang.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Daerah Penelitian

##### 1. Sejarah Kota Padang Panjang

Setelah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia untuk menjalankan roda pemerintahan, padang panjang dijadikan suatu kewedanaan yang wilayahnya meliputi Padang Panjang, Batipuh dan X Koto yang berkedudukan di Padang Panjang.

Berdasarkan ketetapan Ketua PDRI tanggal 1 Januari 1950 tentang Pembagian Provinsi juga sekaligus ditetapkan pula pembagian Kabupaten dan Kota antara lain Batipuh dan X Koto kedalam wilayah Kabupaten Tanah Datar, sehingga Padang Panjang hanya merupakan tempat kedudukan Wedana yang mengkoordinir Kecamatan X Koto.

Kota Padang Panjang sebagai pemerintahan daerah terbentuk pada tanggal 23 Maret 1956. Selanjutnya, arulah setahun kemudian, berdasarkan Undang–Undang Nomor 1 tahun 1957, status kota ini sejajar dengandaerah kabupaten dan kota lain di Indonesia (Kominfo, 2017).

Pada tahun 1957 dilantik Walikota pertama dan sebagai Daerah Otonom sesuai Peraturan Daerah Nomor 34/K/DPRD-1957 dibentuk 4 Resort, dan dimana masing–masing Resort dengan keputusan DPRD Peralihan kota Praja No 12/K/DPRD-PP/57 membawahi 4 jorong sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Gunung**

Resort Gunung
1. Sigando
2. Gantiang
3. Ekor Lubuk
4. Ngalau

*Sumber: Dinas Kominfo kota Padang Panjang*

**Tabel 4. 2**  
**Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Pasar**

Resort Pasar
1. Balai – Balai
2. Bukit Surungan
3. Pasar Baru
4. Tanah Hitam

*Sumber: Dinas Kominfo kota Padang Panjang*

**Tabel 4. 3**  
**Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Lareh Nan Panjang**

Resort Lareh Nan Panjang
1. Koto Katik
2. Koto Panjang
3. Tanah Pak Lambik
4. Guguk Malintang

*Sumber: Dinas Kominfo kota Padang Panjang*

**Tabel 4. 4**  
**Keputusan DPRD Peralihan Kota Wilayah Bukit Surungan**

Resort Bukit Surungan
1. Kampung Manggis
2. Pasar Usang
3. Silaing Atas
4. Silaing Bawah

*Sumber: Dinas Kominfo kota Padang Panjang*

Kemudian berdasarkan Undang–Undang Nomor 18 Tahun 1965 istilah Kota Praja diganti dengan Kota Madya dan berdasarkan peraturan menteri nomor 44 tahun 1980 dan peraturan pemerintah nomor 16 tahun 1982 tentang susunan dan tata kerja pemerintahan kelurahan, maka resort diganti menjadi kecamatan dan jorong diganti menjadi kelurahan dan berdasarkan peraturan pemerintahan nomor 13 tahun 1982 Kota Padang Panjang dibagi menjadi dua Kecamatan yakni kecamatan Padang Panjang Timur dan Kecamatan Padang Panjang Barat dengan secara keseluruhan 16 kelurahan (Kominfo, 2017, hal. 24).

## 2. Letak dan Kondisi Geografis Kota Padang Panjang

Kota Padang Panjang merupakan Kota terkecil di Provinsi Sumatera Barat dengan luas 23 km<sup>2</sup> atau hanya 0,05% dari luas wilayah Sumatera Barat. Namun, letak Kota Padang Panjang berada pada posisi strategis lintasan regional antara Kota Padang dan Kota Bukittinggi serta antara Kota Solok dan Kota Bukittinggi.

Letak strategis ini menjadikan Kota Padang Panjang ramai dilalui karena berada pada jalur utama yang menghubungkan Kota-Kota di Sumatera Barat. Kota Padang Panjang memiliki hawa yang sejuk karena berada pada ketinggian antara 650–850 mdpl dan dikelilingi oleh pegunungan yang hijau dengan suhu rata-rata perbulan 22,6°C dan penyinaran matahari rata-rata per bulan hanya 46,32%. Kota Padang Panjang diapit oleh tiga gunung, yaitu Gunung Merapi, Gunung Singgalang, dan Gunung Tandikat. Secara administratif Kota Padang Panjang memiliki dua kecamatan yaitu Kecamatan Padang Panjang Barat dan Kecamatan Padang Panjang Timur (Kominfo, 2017, hal. 26).

Secara geografis Kota Padang Panjang terletak antara 100°20' dan 100° Bujur Timur serta 0° dan 0,32' Lintang Selatan. Secara detailnya batas-batas Kota Padang Panjang antara lain: Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan X Koto sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Batipuh (Kominfo, 2017, hal. 26).

Maka dapat disimpulkan bahwa Kota Padang Panjang merupakan kota kecil yang dikelilingi oleh Kabupaten Tanah Datar. Berikut luas daerah Kota Padang Panjang:

**Tabel 4. 5**  
**Luas Daerah Menurut Kecamatan dan Kelurahan**

<b>Kecamatan/kelurahan</b>	<b>Luas (Ha)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Kecamatan Padang Panjang Barat</b>	<b>975</b>	<b>42,39</b>
1. Silaing Bawah	261	11,35
2. Silaing Atas	54	2,35

3. Pasar Usang	59	2,57
4. Kampung Manggis	316	13,74
5. Tanah Hitam	72	3,13
6. Pasar Baru	23	1,00
7. Bukit Surungan	121	5,26
8. Balai – Balai	69	3,00
<b>Kecamatan Padang Panjang Timur</b>	<b>1,325</b>	<b>57,61</b>
1. Koto Panjang	133	5,78
2. Koto Katik	101	4,39
3. Ngalau	145	6,30
4. Ekor Lubuk	280	12,17
5. Sigando	140	6,09
6. Ganting	310	13,48
7. Guguk Malintang	190	8,26
8. Tanah Pak Lambik	26	1,13
<b>Jumlah</b>	<b>2,300</b>	<b>100,00</b>

*Sumber: laporan BAPPEDA kota Padang Panjang, 2021*

### 3. Visi dan Misi Kota Padang Panjang

Visi “Untuk kejayaan Kota Padang Panjang yang bermawah dan bermatabat” visi Walikota dan Wakil Walikota 2018–2023 merupakan komitmen politik yang hendak diwujudkan dan sekaligus sebuah gambaran cita–cita untuk bergerak bersamaseluruh masyarakat Kota Padang Panjang, pemerintahannya menjunjung amanah membangun negeri, rakyatnya berpartisipasi dalam pembangunandemi kejayaan Padang Panjang. Penjabaran dari arti visi jangka menengah kota padang panjang di atas adalah:

- a. Untuk kejayaan Padang Panjang artinya menciptakan kondisi atau keadaan yang mantap, mapan, lebih menguntungkan, lebih berkemaslahatan, lebih membahagiakan dan semakin bermakna bagi

seluruh warga Kota Padang Panjang KotaSerambi Mekkah yang berfalsafah “Adat Basandi Syarak Syarak Basandi Kitabullah”.

Kejayaan Padang Panjang berarti sebuah hasil dari proses perubahan yang menggambarkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat. Kejayaan Padang Panjang ditandai dengan Tingkat perekonomian yang tinggi, kualitas SDM yang baik dan reformasi birokrasi yang berjalan baik.

- b. Bermarwah istilah marwah adalah menunjuk pada kehormatan diri, yang memiliki arti kemuliaan dan kewibawaan. Sehingga, dengan visi “Menjadikan Kota Padang Panjang sebagai Kota Bermarwah” diharapkan dapat terwujud suatu kondisi kemuliaan bagi Kota Padang Panjang dan seluruh masyarakatnya. Bermarwah berkaitan dengan Sumber Daya Manusia Kota Padang Panjang yang ditandai dengan SDM yang berkualitas, masyarakat yang agamis, religi dan berbudaya.
- c. Bermatabat, kota yang bermatabat dapat diwujudkan melalui Kota yang aman, tertib, bersih dan asri, dimana masyarakat Kota Padang Panjang adalah masyarakat yang mandiri, makmur, sejahtera, dan memiliki keunggulan-keunggulan dan berdaya saing tinggi untuk menempatkan diri sebagai kota yang terkemuka dengan berbagai prestasi di berbagai bidang. Bermatabat ditandai dengan kota yang aman dan tertib, kota yang peduli dengan lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan terlaksananya reformasi birokrasi (Kominfo, 2017, hal. 28).

#### **4. Misi Kota Padang Panjang**

- a. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Unggulan Daerah Berbasis Pembangunan Berkelanjutan  
Pembangunan diprioritaskan pada peningkatan kemampuan perekonomian daerah dengan struktur perekonomian yang kokoh berlandaskan keunggulan kompetitif yang berbasis pada potensi ekonomi lokal, berorientasi pada ekonomi kerakyatan yang

menggunakan pendekatan pemanfaatan potensi unggulan daerah dalam menggerakkan perekonomian daerah dalam rangka menciptakan pembangunan ekonomi secara merata sehingga dapat menemukan momentumnya di tengah arus ekonomi global.

b. Meningkatkan Pemeretan dan Kualitas Daya Saing SDM Masyarakat yang Berakhlak dan Berbudaya

Pembangunan diprioritaskan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia yang memiliki tingkat pendidikan dan derajat kesehatan yang tinggi.

c. Meningkatkan Tata Kelola Pemerintah yang Responsif, Inovatif, dan Partisipatif

Penyelenggaraan pemerintahan diprioritaskan pada peningkatan penyelenggaraan teknis pemerintah berdasarkan prinsip akuntabilitas, terkontrol, responsive, professional, efisien, dan efektif, transparan, visioner dan partisipatif serta supremasi hukum dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik sehingga mampu memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat (Kominfo, 2017, hal. 30).

## 5. Monografi Kota Padang Panjang

Padang Panjang merupakan wilayah yang dapat disebut sebagai Minang kabau kecil. Karena penduduknya berasal dari berbagai daerah di Minangkabau. Sehingga dapat dilihat, dialek yang menjadi bahasa sehari-hari bukan dialek yang khas, melainkan dialek standar Minang kabau yang mudah dimengerti. Hal ini terbentuk karena terjadinya asimilasi berbagai adat dankebudayaan Minang kabau dari berbagai daerah. Salah satu faktornya adalah Padang Panjang sebagai kota perlintasan yang telah dikenal sejak masa lampau (BAPPEDA, 2017).

Padang Panjang adalah satu-satunya pintu gerbang menuju Pariaman dan Padang yang terkenal dengan empat alur jalan menuju Pariaman dan Padang. *Pertama* jalan janjang banyak, yaitu jalan yang ada sekarang (Dibuat waktu Gubernur Jendral Van den Bosch 1930 atau jalan yang

sering dilewati oleh masyarakat 5 koto dan 6 koto sekarang). *Kedua* Jalan Jawi, yaitu jalan yang terletak di lembah sungai andok. Jalan ini yang sering dilewati oleh masyarakat 4 koto. *Ketiga* Jalan Ambacang Rombok di tambangan yaitu yang sering dilewati oleh masyarakat Batipuah dan Tanah Datar. *Keempat* Jalan Paninggahan, yang sering dilewati oleh masyarakat sekitar daerah Singkarak dan Solok.

Padang Panjang selain dikenal sebagai Kota hujan. Juga dikenal sebagaikota Pendidikan. Hal ini dapat dilihat banyaknya Institusi-institusi pendidikanyang tidak hanya para pelajarnya berasal dari daerah-daerah di Sumatera Barat. Akan tetapi banyak juga pelajar dari luar provinsi dan mancanegara.Sejarah sebagai kota Pendidikan telah terjadi sejak lama, Kota Padang Panjang menjadi tempat bagi lahirnya sekolah modern pertama dan sekolah modern perempuan pertama di Indonesia. Dua orang tokoh pelopor pendidikan yang memiliki ikatan saudara yaitu, Zainudin Labay yang mendirikan Diniyah School yang kemudian dilanjutkan oleh adiknya RahmahEl Yunusiah yang kemudian mendirikan Diniyah Putri menjadikan Padang Panjang sebagai kota yang menjadi tempat berdirinya sekolah islam modern pertama di Indonesia (BAPPEDA, 2017, hal. 76).

## 6. Demografi Penduduk Kota Padang Panjang

Jumlah penduduk Kota Padang Panjang pada tahun 2018 berdasarkan Badan Pusat Statistika Kota Padang Panjang sekitar 52,994 jiwa. Berikut jumlah penduduk Kota Padang Panjang dari tahun 2016-2018 berdasarkan kelurahan:

**Tabel 4. 6**  
**Jumlah Penduduk Kota Padang Panjang**  
**berdasarkan Kelurahan**

Kelurahan	Jumlah Penduduk Kota Padang Panjang (Jiwa)					
	Laki - Laki			Perempuan		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Silaing	2.504	2.550	2.570	2.678	2.721	2.760



Bawah						
Silaing Atas	1.089	1.093	1.091	965	963	968
Pasar Usang	1.805	1.807	1.801	2.121	2.111	2.116
Kampung Manggis	2.895	2.920	2.929	2.696	2.717	2.743
Tanah Hitam	1.597	1.605	1.604	1.608	1.611	1.621
Pasar Baru	682	684	682	635	634	636
Bukit Surungan	1.162	1.173	1.177	1.097	1.106	1.118
Balai– Balai	2.630	2.639	2.634	2.713	2.714	2.727
Koto Panjang	2.484	2.627	2.733	2.353	2.501	2.621
Koto Katik	439	441	440	433	433	435
Ngalau	1.351	1.338	1.327	1.346	1.319	1.318
Ekor Lubuk	1.235	1.271	1.294	1.183	1.213	1.243
Sigando	763	772	774	736	743	751
Gantiang	1.036	1.038	1.036	1.084	1.084	1.087
Guguk Malintang	3.193	3.291	3.357	3.378	3.473	3.565
Tanah Pak Lambik	947	953	953	874	877	883
<b>Total</b>	28.812	26.202	26.402	25.900	26.220	26.592

Sumber: BPS kota Padang Panjang

## B. Hasil Penelitian

Di kelurahan Koto Panjang terdapat 622 UMKM, penulis mengambil sampel sebanyak 42 UMKM yang terdiri dari usaha *fashion* (12 usaha), usaha agribisnis (15 usaha), usaha jasa (12 usaha), usaha kuliner (13 usaha), karena banyak yang satu kategori (jenis usaha) sehingga penulis tidak mewawancarai semua UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang,

penulis hanya mewawancarai pelaku UMKM sebanyak 14 usaha yang berbeda, diambil untuk penelitian pada dampak Pandemi *Covid-19* terhadap pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang, dari 14 UMKM tersebut adalah: Usaha Nikita Spray, Usaha warung Nasi Nitta, Usaha Yanti Laundry, usaha Fenny Spray, Usaha Bengkel Las Besi, Usaha Kos–Kosan, Usaha Bengkel Jok Mobil, Usaha Jahit Baju, Usaha Sarapan Pagi Neni, Usaha Gilingan Santan, Usaha Ketring Buknel, Usaha Sarapan Pagi Pakdel, Usaha Ayam Potong Momon, Toko Kaos Kenken.

### **1. Usaha Fashion**

#### **a. Nikitta Spray**

Usaha Nikitta Spray pertama kali didirikan pada tahun 2010 oleh Ibu Sefriyeni (45 tahun), dengan modal awal ±Rp5.000.000, usaha yang didirikan oleh ibu Yeni ini awalnya usaha individu, tetapi semenjak berjalannya waktu Ibu Yeni memiliki karyawan sebanyak 7 orang yang bekerja di warung sebanyak 2 orang dan yang berkerja di rumah masing–masing sebanyak 5 orang. Untuk gaji karyawannya di warung sebanyak Rp900.000 perbulan, untuk gaji karyawan yang dirumah yaitu sesuai banyaknya kain yang dibuat.

Jenis usaha yang ibu Yeni rintis selama ini yaitu usaha di bidang *fashion* yang menjual berbagai macam pakaian untuk orang dewasa dan anak–anak, tidak hanya itu ibu yeni juga menjual spray, *bed cover*, selimut, bantal, baju, celana dan sebagainya. Teknis pemasarannya dengan cara berdagang ke berbagai daerah di Sumatera Barat misalnya ke daerah Padang, Solok, Bukittinggi, Payakumbuh. Tidak hanya itu Ibu Yeni juga menjual usaha melalui via *online* seperti *instagram* dan *facebook*.

Pada saat pandemi *Covid–19* usaha Nikitta Spray mengalami dampak dari pandemi yang mengakibatkan turunnya hasil pendapatan produksi. Untuk itu strategi yang diambil Ibu Yeni agar penjualannya tidak menurun yaitu Ibu Yeni menggunakan sistem via

*online* sehingga masih dapat berjualan meskipun pemerintah menerapkan PSBB selama pandemi *Covid-19* berlangsung

Hal ini sebagaimana dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha Nikitta Spray, Ibu Yeni mengatakan:

***“ibu Yeni membenarkan hal ini yang mana pendapatan usahanya menurun dan berpengaruh sekali terhadap penjualan karena adanya kebijakan pemerintah yang menerapkan lockdown selama masa Covid – 19 berlangsung, tetapi untuk mencegah itu terjadi Ibu Yeni mengandalkan media sosial untuk menjual barang yang Ibu Yeni hasilkan, sehingga usaha yang Ibu Yeni rintis tidak tutup karena Covid-19. Pendapatan yang didapat sebelum pandemi Covid–19 datang usaha Nikitta Spray mencapai Rp10.000.000 per bulan. Namun saat pandemi Covid–19 pendapatan usaha Nikitta Spray ±Rp7.000.000 perbulan”.***

Dengan hal itu ibu Yeni hanya bisa menggunakan sistem *Online* dalam mempertahankan usahanya agar tetap bertahan dalam masa pandemi ini. Walaupun tidak seefektif biasanya, namun setidaknya usahanya bisa terus bertahan dan memproduksi kembali. Tentu saja hal ini berdampak pada pendapatan usaha Nikitta Sprai milik ibu Yeni, yang mana pendapatannya mengalami penurunan sejak adanya pandemi *Covid–19*.

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pandemi *Covid–19* berdampak terhadap pendapatan usaha Nikitta Spray Ibu Yeni. Ini dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yang menerapkan *lockdown* selama masa *Covid–19* berlangsung, untuk itu Ibu Yeni tidak dapat menjual hasil produknya ke luar daerah, sehingga pendapatan yang Ibu Yeni dapatkan juga berkurang.

b. Toko Kaos Kenken

Usaha ini pertama kali dibuka dipusat pasar Padang Padang oleh Qori atau biasa dipanggil dengan Bang Qori (36 tahun) pada tahun

2012, tapi karena adanya pembangunan pasar pusat Padang Panjang maka Bang Qori berniat untuk pindah usaha ke Kelurahan Koto Panjang pada tahun 2016. Alasan Bang Qori untuk membuka usaha ini yaitu karena banyaknya kaos dan baju serta celana *second* dirumahnya yang masih bagus dan tidak ada yang rusak untuk itu Bang Qori berniat menjual baju-baju tersebut dengan harga sesuai dengan bentuk dan ukuran baju. Untuk usaha ini Bang Qori tidak mempunyai karyawan karena usaha ini hanya usaha individu.

Jenis usaha yang Bang Qori dirikan ini yaitu usaha dibidang *fashion* yang menjual berbagai macam baju, celana, dan jaket untuk orang dewasa *second*, pemasaran yang digunakan oleh Bang Qori yaitu dengan cara mempromosikannya di media sosial seperti *Facebook*, dan *Instagram*, tidak hanya di media sosial Bang Qori juga mempromosikannya melalui mulut kemulut, sehingga banyak masyarakat yang tau. Jika penjualan baju *second* banyak, dan stok digudang habis, maka Bang Qori membeli barangnya ke Bukittinggi sekali satu bulan atau dua bulan sekali dengan modal Rp6.000.000-Rp8.500.000.

Pada masa *Covid-19* pendapatan usaha Bang Qori menurun, tidak hanya pendapatan Bang Qori juga tidak bisa membeli stok barang ke Bukittinggi karena pemerintah setempat menerapkan PSSB sehingga Bang Qori susah untuk keluar membeli barang. Hal ini sebagaimana dari hasil wawancara bersama pemilik Usaha Kaos Kenken:

***“Bang Qori membenarkan hal ini yang mana pendapatan usahanya menurun semenjak Covid-19 datang, karena berkurangnya pembeli yang datang dan susah dalam pembelian stok barang. selama masa pandemi Covid-19 pendapatan yang didapat oleh Bang Qori dalam satu hari hanya berkisar Rp250.000-Rp450.000, berbeda dengan pendapatan Bang Qori sebelum Covid-19 sebanyak Rp400.000-Rp600.000 dalam satu hari”***

Dengan hal itu strategi yang digunakan Bang Qori selama masa pandemi *Covid-19* hanya bisa menggunakan media *Online* dalam mempertahankan usahanya agar tetap bertahan dalam masa pandemi ini. Walaupun tidak seefektif biasanya, namun setidaknya usahanya bisa terus bertahan dan memproduksi kembali. Tentu saja hal ini berdampak pada pendapatan usaha milik Bang Qori, yang mana pendapatannya mengalami penurunan sejak adanya pandemi *Covid-19*.

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pandemi *Covid-19* berdampak terhadap pendapatan Usaha Kaos Kenken milik Bang Qori. Ini dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yang menerapkan *lockdown* selama masa *Covid-19* berlangsung, untuk itu Bang Qori tidak dapat membeli stok barangnya ke Bukittingi.

c. Usaha Fenny Spray

Usaha ini didirikan pada tahun 2017, oleh Fenny atau lebih akrab di panggil Ibu Ipen (45 tahun), alasan Ibu Ipen membuka usaha ini yaitu waktu gadis-gadis Ibu Ipen sudah terbiasa berdagang baju, celana dan jilbab di Jakarta, sehingga Ibu Ipen terniat membuka usaha dikampungnya sendiri. Untuk membuka usaha ini modal pertama yang Ibu Ipen keluarkan sebanyak ±Rp10.000.000.

Jenis usaha yang dibuka Ibu Ipen yaitu usaha dibidang *fashion* yang tidak hanya menjual baju, celana dan jilbab tapi juga ada berbagai macam motif Spray, *bed cover* dan sarung bantal. Untuk usaha ini Ibu Ipen tidak memiliki Karyawan, Ibu Ipen hanya dibantu oleh suaminya, sehingga setiap Ibu Ipen berjualan di pasar maka suaminya juga ikut berjualan.

Untuk memasarkan barang yang di usahakan, Ibu Ipen menggunakan sistem berdagang ke rumah-rumah orang, atau berdagang di pasar setiap hari balai di pasar Padang Panjang dan daerah-daerah lainnya.

Pada masa *Covid-19* kemarin, pendapatan usaha Ibu Ipen turun karena Ibu Ipen tidak bisa menjual barangnya ke rumah-rumah pelanggan, hanya bisa menjualnya pada saat hari balai di pasar Padang Panjang. Jadi strategi yang digunakan Ibu Ipen untuk memulihkan pendapatannya kembali Ibu Ipen menjualnya ke pasar setiap hari balai di daerah-daerah tertentu. Seperti di Bukittinggi setiap hari Sabtu, di Padang Panjang setiap hari Senin dan Jum'at, di Batusangkar setiap hari Kamis dan sebagainya. Hal ini sebagaimana hasil dari wawancara bersama Ibu Ipen:

*“selama masa Covid-19 ibu ipen hanya bisa berjualan di daerah-daerah yang pada hari itu hari pasarnya. selama Covid-19 pendapatan Ibu Iren hanya berkisar sebanyak ±Rp 500.000-Rp1.500.000 dalam seminggu, sebelum adanya Covid-19 pendapatan Ibu Iren mencapai Rp2.000.000-Rp3.000.000 dalam satu minggu. Pelayanan yang diberikan Ibu Ipen kepada pelanggan sangat ramah, jika pelanggan membeli jilbab dengan jumlah banyak maka Ibu Ipen akan memberikan diskon disetiap pembelian, sehingga masyarakat banyak yang membeli barang yang dijual Ibu Ipen.*

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa pandemi *Covid-19* berdampak terhadap pendapatan Usaha Fenny Spray yang dimiliki oleh Ibu Ipen. Ini dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yang menerapkan *lockdown* selama masa *Covid-19* berlangsung, untuk itu Ibu Ipen tidak dapat menjual barang dagangnya ke rumah-rumah masyarakat, hanya bisa memasarkannya di pasar Padang Panjang.

## 2. Usaha Jasa

### a. Bengkel Las Besi

Usaha bengkel las ini dibuka semenjak tahun 1983 tetapi karena adanya kendala usaha ini hanya berjalan sampai tahun 1986, dan dibuka kembali pada tahun 2008. Usaha ini didirikan oleh Bapak Daswardi (62 tahun) yang biasa dipanggil Om Das. Modal awal dari

usaha ini untuk membeli bahan seperti besi, cat besi, dan sebagainya ±Rp5.000.000. Sebelumnya Om Das hanya menerima pesanan untuk pagar rumah dan jemuran kain, karena Om Das orangnya pekawan dan sering pergi ke warung-warung jadi banyak bertemu dengan orang-orang oleh karena itu banyaknya pemesanan barang yang diminta oleh masyarakat.

Untuk karyawannya pada saat ini yaitu 8 orang, 1 orang untuk membuat kerangka besi, 7 orangnya untuk pemasangan besi di tempat orang yang memesan barang. Untuk gaji karyawannya yaitu berdasarkan pendapatan yang didapat atau borongan.

Jenis usaha yang didirikan oleh Om Das yaitu usaha jasa las besi yang menerima berbagai macam jenis besi yang telah di las, seperti pagar rumah, pot bunga, tempat jemuran kain, sarang burung, atap rumah, dan tempat pencuci tangan diwaktu *Covid-19*. Barang yang dibuat oleh bengkel las Om Das tidak hanya dipesan oleh masyarakat Padang Panjang tetapi juga sampai ke Batusangkar, Payakumbuh, Sawahlunto dan Solok. Tetapi karena adanya kebijakan Pemerintah yang menerapkan *working from home* dan *PSBB* sehingga Om Das tidak dapat pemesanan dari luar daerah.

Strategi Om Das agar usaha ini tetap jalan selama masa Pandemi *Covid-19* yaitu dengan memberitahukan kepada masyarakat dan teman-temannya melalui via *whatsapp grup*, sehingga jika ada yang ingin memesan tempat mencuci tangan atau sebagainya selama *Covid-19* Om Das masih bisa menerima orderan.

Pada saat pandemi *Covid-19* usaha bengkel las besi Om Das hanya mengalami sedikit penurunan pendapatan karena masih ada orang yang memesan tempat cuci tangan yang diletakkan sebelum masuk ke tempat keramaian seperti Puskesmas, Kantor, Rumah Sakit, Masjid, dan Sekolah. Hal ini sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik bengkel las Om Das:

*“usaha bengkel las ini tidak mengalami penurunan pendapatan karena masih ada pemesanan las besi tempat cuci tangan, sehingga pendapatan Om Das tidak menurun seperti usaha–usaha yang lain. Tetapi yang menjadi kendala pada saat itu adalah cara pembelian barang produksi seperti besi dan cat untuk digunakan sebagai bahan pembuatan tempat cuci tangan tersebut. Sebelum adanya Covid–19 pendapatan usaha Om Das sebesar ±Rp7.000.000 sampai Rp8.000.000 dan pada masa Covid–19 hanya sedikit penurunan sebanyak ± Rp6.500.000 sampai Rp7.500.000 ”.*

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pada saat pandemi Covid–19 ini tidak berpengaruh pada usaha bengkel las besi Om Das, karena masih ada pemesanan besi seperti tempat pencucian tangan yang diletakkan di tempat keramaian untuk menghindari dampak Covid-19 dan untuk menjalankan protokol kesehatan yang diperintahkan oleh pemerintah setempat.

b. Usaha Jahit Baju

Usaha menjahit baju ini didirikan pada tahun 1997, oleh Bapak Adrian (54 umur) atau biasa dipanggil dengan Pak Katik, alasan Bapak Katik membuka usaha ini dikarenakan hobi semenjak dia masih bujang dan banyak mengikuti pelatihan. Oleh sebab itu Pak Katik termotivasi untuk membuka usaha sendiri.

Jenis usaha yang didirikan oleh Pak Katik termasuk jenis usaha dibidang jasa, yang banyak menerima jasa jahitan dari menjahit baju, celana, baju borkat, permak levis, dan sebagainya. Untuk pembayaran upah jahitan yaitu sesuai dengan banyaknya orderan atau sesuai pengerjaannya.

Untuk pembelian bahan menjahit di Bukittinggi seperti bahan dasar baju, alat–alat jahit, berbagai macam benang, poring, kain katun, dan peralatan jahit jika ada yang kurang, Pak Katik



mengeluarkan dana ±Rp500.000 sampai Rp750.000 dalam sekali berbelanja setiap tiga kali dalam sebulan.

Untuk mempromosikan usaha menjahit ini kemasyarakat Pak Katik menggunakan sistem dari mulut ke mulut, sehingga banyak masyarakat yang tau kalau Pak Katik dapat menerima orderan menjahit baju. Untuk karyawannya ada tiga orang pada bulan puasa, kalau hari biasa hanya Pak Katik bersama istrinya.

Pada saat pandemi *Covid-19* usaha Pak Katik mengalami penurunan pendapatan sampai terhenti untuk sementara waktu dikarenakan tidak adanya orderan dari masyarakat semenjak adanya kebijakan pemerintah yang menerapkan *working from home* dan PSBB. Hal ini sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha penjahit baju, Pak Katik mengatakan:

***“Pak Katik membenarkan hal ini yang mana uahanya memang sempat terhenti dari bulan April sampai Agustus. Pada bulan berikutnya usaha Pak Katik kembali dibuka seperti bisa namun orderannya tidak sebanyak ketika sebelum pandemi Covid-19. Pendapatan yang didapat Bapak Katik sebelum pandemi Covid-19 mencapai Rp300.000 dalam satu hari. Namun saat pandemi Covid-19 hanya dapat Rp120.000 dalam satu hari”***

Tentu saja hal ini berdampak pada pendapatan usaha Pak Katik, yang mana pendapatannya mengalami penurunan sejak adanya pandemi *Covid-19*. Ini dikarenakan tidak adanya orderan jahit pada masa pandemi *Covid-19*, sehingga mengakibatkan usaha Pak Katik mengalami kerugian.

c. Usaha bengkel 4D Jok

Usaha 4D Jok ini didirikan pada tahun 2005 oleh Uda Dedi Saputra atau biasa dipanggil Daded (41 tahun), alasan Daded membuka usaha ini karena hobi dan minat dari masa bujang, oleh karena itu Daded teringin banget untuk membuka bengkel ini.

Untuk karyawan di bengkel ini yaitu sebanyak 2 orang untuk gajinya sendiri yaitu sesuai banyaknya orderan yang datang ke bengkel. Untuk pembelian barangnya sendiri Daded membelinya di Padang atau di Bukittinggi.

Jenis usaha yang didirikan Daded ini yaitu jenis usaha jasa, yang dapat memperbaiki jok motor, kursi mobil, jok mobil, plafon mobil lengkap dengan lantai dan dinding–dinding mobil.

Pada saat masa pandemi *Covid-19* usaha bengkel Daded ini tidak tutup dalam memperbaiki motor ataupun mobil yang rusak hanya saja jumlah motor dan mobilnya berkurang yang datang tidak seperti biasa sebelum pandemi *Covid-19*. Untuk mempertahankan usaha di masa pandemi *Covid-19*, Daded mempromosikan melalui via *Online* seperti *Instagram* dan *Facebook*. Hal ini berdampak pada penurunan pendapatan usaha bengkel 4D Jok.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Daded, beliau mengataka bahwa:

*“selama masa Covid-19 Daded tidak hanya susah dalam usahanya tetapi juga sulit dalam pembelian barang, jika stok barang habis daded sulit untuk keluar daerah untuk membelinya karena pemerintah menerapkan PSBB selama Covid-19, sehingga banyaknya berkurang barang untuk memperbaiki motor atau mobil yang masuk. Pendapatan yang diterima Daded sebelum adanya Covid-19 usaha bengkel 4D Jok mencapai sebesar Rp2.000.000–Rp3.000.000 perhari. Namun saat pandemi usaha bengkel 4D Jok Daded mengalami penurunan pendapatan ± Rp700.000–Rp1.200.00. pada saat masa sulit itu Daded pernah meminjam uang ke bank sebanyak Rp70.000.000”*

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pandemi *Covid-19* berdampak pada pendapatan usaha bengkel 4D Jok Daded dikarenakan, pada saat pandemi adanya kebijakan pemerintah yaitu PSBB, sehingga mengakibatkan orderan dari bengkel Daded

berkurang tidak hanya itu Daded juga sulit untuk pembelian stok barang ke Padang atau Bukittinggi.

d. Usaha Yanti *Loundry*

Usaha Yanti *loundry* dimiliki oleh Ante Yanti (45 tahun), usaha ini dibuka pada tahun 2016 alasan Ante Yanti membuka usaha ini karena di Kelurahan Koto Panjang masyarakatnya banyak yang bekerja dari pagi sampai sore sehingga tidak sempat untuk mencuci dan menggosok pakaian untuk itu Ante Yanti membuka jasa *loundry* selagi masih ada peluang. Modal awal untuk membuka usaha ini yaitu Rp5.000.000 untuk membeli 2 mesin cuci second dan peralatan *loundry* lainnya seperti gosokkan, keranjang, hanger, jepitan baju dan sebagainya. Untuk tambahan Ante Yanti mendapatkan mesin cuci oleh adiknya.

untuk usaha *loundry* Ante Yanti tidak memiliki karyawan hanya dibantu oleh suami dan anaknya saja, satu lagi *loundry* Ante Yanti tidak menggunakan gosokkan listrik tetapi gosokkan uap sehingga tidak banyak dalam pembayaran listrik. Untuk tarif perkilonya jasa *loundry* Ante yanti meletakkan tarif seharga Rp6000/kg.

Usaha *loundry* Ante yanti ini berjenis usaha jasa yaitu jasa dalam mencuci segala pakaian, *bed cover*, selimut, kain pintu dan sebagainya. Tidak hanya mencuci, *loundry* ini juga langsung menyetrika baju yang telah dicuci, sesuai permintaan pelanggan.

Selama *Covid-19* kemarin Ante Yanti mengalami penurunan pendapatan dikarenakan pemerintah menerapkan untuk working from home dan PSBB oleh sebab itu masyarakat banyak yang bekerja dari rumah saja, sehingga masyarakat kurang mengantarkan baju untuk di *loundry* karena masyarakat banyak waktu luang dirumah. Untuk strategi yang digunakan Ante Yanti agar menarik pelanggan selama masa Covid-19 yaitu memberika diskon setiap pencucian di atas 8kg Hal ini sebagaimana dari hasil wawancara bersama Ante Yanti:

*“Ante Yanti membenarkannya karena pada masa Covid-19 berkurangnya pemasukan kain untuk diloundry karena masyarakat banyak yang bekerja dari rumah sehingga banyak waktu masyarakat untuk mencuci bajunya, tetapi untuk menyetrika masyarakat masih menggunkan jasa loundry Ibu Yanti, pendapatan yang didapat sebelum adanya Covid-19 ±Rp9.000.000-Rp12.000.000, selama Covid-19 pendapatan Ibu Yanti menurun hingga ±Rp5.000.000-Rp7.500.000 saja.”*

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pandemi Covid-19 berdampak pada pendapatan usaha loundry Ante Yanti dikarenakan pada saat pandemi adanya kebijakan pemerintah *working from home*, sehingga masyarakat memiliki banyak waktu dirumah untuk mencuci pakaiannya.

### **3. Usaha Agribisnis**

#### **a. Usaha kos-kosan Bukwe**

Usaha kos-kosan ini didirikan pada tahun 2010 oleh Ibu Wahini (65 tahun) dan suaminya, alasan Ibu Wahini membuka kos-kosan yaitu untuk mengisi lahan yang kosong ditempat rumahnya. Awalnya kamar yang dibuat hanya 10 kamar, tetapi karena banyaknya mahasiswa dan pekerja yang ingin mengkos disana maka Ibu Wahini menambah sebanyak 6 kamar lagi. Pembayaran kos untuk 1 orang yaitu sebanyak Rp200.000/orang dalam satu bulan, dalam satu kamar ada yang mengisi 1 orang ada yang 2 orang tergantung lebar kamar yang di isi.

Jenis usaha yang didirikan oleh Ibu Wahini ini termasuk jenis usaha agribisnis yaitu menggunakan lahan yang ada untuk dijadikan tempat usaha. Fasilitas yang diberikan Ibu Wahini disetiap kamar yaitu seperti kasur untuk setiap orang, dan memberikan kompor pada dapur serta alat untuk bersih-bersih kos seperti sapu, pel dan sikat wc, sehingga orang yang ngekos di tempat Ibu Wahini merasa nyaman.

Pada saat pandemi *Covid-19* usaha kos-kosan Ibu Wahini ini tidak tutup, hanya saja berkurang jumlah orang ngekos di sana, karena pemerintah menerapkan PSBB kepada mahasiswa yang mengharuskan untuk belajar dirumah. Oleh karena itu banyaknya kamar yang kosong saat pandemi *Covid-19*. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Wahini beliau menyatakan bahwa:

***“Sebelum adanya pandemi Covid-19 kamar yang berisi sebanyak 16 kamar, tetapi pada saat pandemi Covid-19 yang berisi hanya 7 kamar. Agar mahasiswa atau orang yang ngekos di kosan Ibu Wahini tidak pindah maka strategi yang digunakan Ibu Wahini selama Covid-19 yaitu dengan cara mebayar dengan setengah harga perbulannya. Pendapatan yang didapat oleh Ibu Wahini sebelum pandemi Covid-19 mencapai ± Rp3.800.000 perbulan. Namun saat pandemi Covid-19 pendapatan usaha Ibu Wahini hanya ±Rp1.200.000 perbulan”***

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pada masa pandemi *Covid-19* berdampak terhadap pendapatan usaha kos-kosan Ibu Wahini. Ini dikarenakan bahwa adanya kebijakan pemerintah untuk belajar dirumah dan menghindari keramaian pada masa pandemi *Covid-19* berlangsung.

b. Usaha Ayam Potong

Usaha ayam potong ini telah dibuka selama 4 tahun tepatnya pada tahun 2018, pendiri usaha ini yaitu Monara Nudarma atau biasa dipanggil dengan Om Momon (48 tahun). Alasan Om Momon membuka usaha ini karena masyarakat sekitar jauh ke pasar untuk membeli ayam potong, untuk itu Om Momon berniat membuka usaha ini, selain jauh dari pasar usaha ini juga tidak memiliki pesaing hanya Om Momon yang membuka usaha ayam potong di Kelurahan Koto Panjang.

Jenis usaha yang didirikan oleh Om Momon yaitu jenis usaha agribisnis yang memanfaatkan tempat dan peluang sehingga dapat banyak pembeli yang datang. Untuk harga ayam pada saat ini yang besarnya yaitu mencapai Rp60.000 per ekor, sedangkan untuk yang sedang Rp50.000 per ekornya. Pada masa *Covid-19* kemarin harga ayam hanya sekitaran Rp50.000 sampai Rp55.000.

Pada saat pandemi *Covid-19* usaha ayam potong Om Momon tidak begitu berdampak, karena adanya kebijakan PSBB yang mengaruskan masyarakat untuk menghindari keramaian seperti ke pasar, untuk itu masyarakat Kelurahan Koto Panjang hanya membeli ayam potong ke tempat Om Momon. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Om Momon beliau mengatakan:

*“pada masa Covid-19 itu usaha om momon tidak banyak mengalami kerugian, karena masyarakat sekitar masih membeli ayam potong seperti biasanya karena tidak hanya pasar yang jauh tetapi juga adanya kebijakan dari pemerintah agar masyarakat untuk menghindari dari keramaian seperti pasar. Pelayanan yang diberika Om Momon agar masyarakat terus membeli ke warung Om Momon, maka strategi yang Om Momon gunakan yaitu memberika hati atau ampela ayam kepada orang yang membeli ayam dengan jumlah yang banyak. Sebelum adanya Covid-19 tetapi tidak sebanyak yang sebelumnya. Sebelum Covid-19 ayam yang terjual mencapai 10-15 ekor sehari, pada masa Covid-19 hanya terjual 8-10 ekor ayam”*

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pandemi *Covid-19* tidak begitu berdampak pada pendapatan usaha ayam potong Om Momon. Ini dikarenakan masyarakat sekitar masih membeli ayam pada saat masa *Covid-19* tersebut.

c. Usaha Santan Kelapa

Usaha santan kelapa ini didirikan pada tahun 2017 oleh Ibu Ira Triastuti (35tahun), alasan Ibu Ira mendirikan usaha santan kelapa ini

karena Ibu Ira memiliki beberapa batang pohon kelapa di kebunnya untuk itu Ibu Ira ingin sekali membuka usaha santan kelapa ini, dan tidak ada saingan di Kelurahan Koto Panjang karena hanya Ibu Ira yang membuka usaha santan kelapa siap. Untuk kelapanya sendiri Ibu Ira tidak hanya menggunakan kelapa yang dari kebunnya sendiri tetapi juga membeli tambahan kelapa di pasar Padang Panjang sebanyak 90 buah kelapa dalam dua hari.

Jenis usaha ini termasuk usaha agribisnis yaitu memanfaatkan lahan yang ada untuk membuka usaha, modal awal dari usaha ini hanya mengambil hasil dari kebun dan beberapa tambahan kelapa dari pasar untuk dibuat menjadi santan siap. Untuk harga santan siap 1kg Rp10.000 ditambah dengan santan encer, untuk kelapa parut 1kg seharga Rp6000.

Pada masa pandemi *Covid-19* usaha santan Ibu Ira tidak begitu berdampak pada penjualan santannya, karena selain bisa dibeli langsung ke warung Ibu Ira juga menggunakan sistem antar santan ke alamat pelanggan, sehingga masyarakat dapat mematuhi protokol kesehatan yang diperintahkan oleh pemerintah setempat. Hal ini sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik usaha santan, Ibu Ira mengatakan:

***“Ibu ira membenarkan bahwa penjualan santan kelapa pada masa Covid-19 tidak begitu berdampak pada penjualan yang didapatkan, karena Ibu Ira menggunakan sistem pengantaran langsung ke alamat yang ingin memesan santan. Untuk penjualan kelapa pada masa Covid-19 terjual sebanyak 50-65kg santan pekat dan 8kg kelapa parut. Sedangkan pada masa sebelum terjadinya Covid-19 santan kelapa yang terjual sebanyak 70-80kg santan, dan 12kg kelapa parut.”***

Dari pernyataan di atas diketahui, pendapatan usaha santan kelapa siap Ibu Ira, tidak begitu banyak mengalami penurunan penjualan kelapa, karena Ibu Ira sebelum terjadinya *Covid-19* telah

menggunkan sistem pengatan santan secara langsung kerumah pelanggan yang ingin membeli santan, sehingga Ibu Ira tidak susah dalam mencari pelanggan untuk penjualan santannya. Biasanya Ibu Ira mengantarkan santan dan kelapa parut kepada pelanggan yang menjual ketupat, nasi ampera dan kue kering yang membutuhkan kelapa parut.

#### **4. Usaha Kuliner**

##### **a. Usaha Nasi Ampera Nitta**

Usaha ampera nasi ini didirikan pada tahun 2018 oleh Ibu Yunitta (54 tahun) yang biasa dipanggil dengan Ibu Nitta. Sebelumnya Ibu Nitta sudah membuka usaha ini di daerah Batipuh, alasan Ibu Nitta pindah ke Kelurahan Koto Panjang yaitu supaya lebih dekat dengan orangtua dan dapat juga menjaganya, karena orangtua Ibu Nitta sudah sakit-sakitan.

Untuk karyawannya Ibu Nitta dibantu oleh keluarganya sebanyak 5orang, yang memasak ibu Nitta dan adiknya, yang diwarung Bapak Yan (suami), Tante Suci (anak), dan Om Nicho (menantu). Untuk modal dalam pembelian bahan yang dimasak, Ibu Nitta menghabiskan uang sebanyak Rp1.500.000 per hari, bahan masak yang dibeli oleh ibu Nitta seperti daging, ikan, ayam, cabe, sayur, dan sebagainya.

Jenis usaha yang dibuka oleh Ibu Nitta yaitu usaha di bidang kuliner yang menjual berbagai masakan Padang untuk dijualkan kepada masyarakat sekitar Kelurahan Koto Panjang.

Pada saat pandemi *Covid-19* usaha ampera nasi Ibu Nitta tidak begitu berpengaruh pada penjualan usaha ini. Dikarenakan harga nasi dan sambal sebelum adanya *Covid-19* satu bungkus seharga Rp10.000, pada masa Covid-19 naik menjadi Rp12.000 satu bungkus karena harga bahan yang dimasak juga naik pada masa *Covid-19*, sehingga Ibu Nitta juga menaikkan harga jual pada nasi amperanya.



Hal ini sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha ampera nasi Nitta, Ibu Nitta mengatakan:

*“Ibu Nitta membenarkan hal ini yang mana usaha ampera nasi Nitta tidak begitu berpengaruh saat adanya Covid-19, karena masyarakat sekitar masih membeli nasi dan sambal yang dijual oleh Ibu Nitta, tidak hanya itu strategi yang digunakan oleh Ibu Nita dalam menjual nasi ampera agar tetap lahir yaitu dalam satu bulan sekali Ibu Nitta menyumbangkan nasi bungkus ke Masjid Nurul Hidayah pada hari Jum’at untuk jama’ah yang pulang dari sholat jum’at, sehingga itu banyaknya masyarakat yang tertarik untuk membeli nasi ampera Nitta, selain enak pelayanan yang diberikan juga ramah. Pendapatan Ibu Nitta sebelum Covid-19 sebanyak Rp3.000.000-Rp3.800.000 sedangkan pada masa Covid-19 Ibu Nitta mendapatkan hanya Rp2.500.000-Rp3.200.000”.*

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pandemi Covid-19 tidak begitu berpengaruh pada penjualan nasi ampera Ibu Nitta, karena selain di naikkannya harga jual nasi per bungkus, nasi ampera Ibu Nitta masih dibeli oleh masyarakat sekitar, karena enak dan pelayanannya juga bagus sehingga masyarakat banyak yang ingin membeli nasi ke ampera Ibu Nitta.

b. Usaha Sarapan Pagi Neni

Usaha sarapan pagi Ibu Neni (57 tahun) didirikan pada awal tahun 2017, alasan Ibu Neni membuka usaha ini karena Ibu Neni sebelumnya telah membuka usaha yang sama di Dhamasraya selama 4 tahun dan di Pesisir Selatan 2 tahun, karena adanya kendala Ibu Neni pindah untuk membuka usaha di Kelurahan Koto Panjang. Untuk modal awal membuka usaha sarapan pagi di Kelurahan Koto Panjang sebanyak Rp1.000.000 karena peralatan seperti kompor, panci, kual, piring, sendok dan sebagainya telah ada, sehingga Ibu

Neni hanya memerlukan modal untuk membeli bahan-bahan masak saja lagi.

Untuk karyawannya Ibu Neni mengandalkan adiknya untuk membantu-bantu saat berjualan. Sarapan pagi yang dijual oleh Ibu Neni berupa ketupat gulai paku, cubadak, touco dan pical, tidak hanya ketupat Ibu Neni juga menjual berbagai macam gorengan seperti goreng bakwan, tahu isi, soles dan godok pisang. Untuk harga ketupat yang dijual Ibu Neni hanya Rp6000/bungkus dan harga gorengan Rp1000/biji.

Jenis usaha yang dirintis Ibu Neni ini yaitu usaha dibidang kuliner yang menjual berbagai macam sarapan pagi dan gorengan untuk masyarakat sekitar.

Pada masa *Covid-19* usaha sarapan pagi Ibu Neni tidak begitu mengalami penurunan pendapatan, dikarenakan selama masa *Covid-19* masyarakat sekitar masih membeli ketupat Ibu Neni selain ketupatnya enak, pelayanan yang diberikan Ibu Neni juga baik dan ramah, selama masa *Covid-19* masyarakat banyak membungkus ketupat saja tidak duduk-duduk seperti biasa sebelum adanya *Covid-19* karena untuk menghindari penyebaran *Covid-19*. Hal ini sebagaimana hasil dari wawancara bersama Ibu Neni:

***“Ibu Neni membenarkan bahwa selama Covid-19 masyarakat masih membeli ketupat dan gorengan Ibu Neni tetapi banyak yang membungkus saja tidak makan di warung sarapan pagi Ibu Neni. Sehingga pendapatan yang dihasilkan sebelum dan selama masa Covid-19 tidak begitu jauh berbeda. Sebelum adanya covid-19 pendapatan perbulan Ibu Neni Rp9.600.000 dan selama Covid-19 hanya turun sebanyak Rp7.500.000 dalam satu bulan”.***

Dari pernyataan di atas diketahui bahwa pandemi *Covid-19* tidak begitu berpengaruh pada penjualan sarapan pagi Ibu Neni, karena masyarakat masih banyak yang membungkus sarapan pagi seperti membeli ketupat dan gorengan untuk sarapan dirumah. Selain

ketupat yang dibuat enak pelayanan yang diberikan Ibu Neni kepada pelanggan juga ramah dan baik, seperti jika salah satu masyarakat membeli ketupat dengan jumlah banyak maka Ibu Neni akan menambahkan 1 atau 2 gorengan sebagai penarik masyarakat.

c. Usaha *Catering* Ibu Nelly

Usaha *catering* Ibu Nelly (62 tahun) didirikan pada tahun 2005, alasan Ibu Nelly mendirikan usaha ini yaitu karena Ibu Nelly hobi memasak dan juga telaten karena Ibu Neli sebagai guru pelatihan tata boga di Kantor BLK Padang Panjang, sehingga banyak masyarakat yang mengorder ketring Ibu Nelly, selain enak ketring Ibu Nelly juga memberikan diskon jika pembeliannya banyak. Modal awal untuk membuka usaha ini cukup besar mencapai Rp150.000.000 karena tidak hanya membeli bahan untuk dimasak tetapi juga membeli barang seperti *magigcom* yang besar, termos nasi, termos air, piring, gelas, tempat sambal, kompor gas, tabung gas dan yang lainnya.

Untuk karyawan pada usaha ini sebanyak 6 orang. Dua orang tukang masak, tiga orang untuk menata-nata makanan, satu orang sopir untuk mengantarkan makanan ke tempat orang yang memesan. Untuk gaji karyawannya sendiri yaitu berdasarkan banyak makanan yang dipesan dan lamanya acara sehingga banyak makanan yang dibuat.

Jenis usaha yang dirintis oleh Ibu Nelly yaitu usaha dibidang kuliner yang menjual berbagai macam masakan sesuai yang diminta oleh pelanggan. Usaha ketring Ibu Nelly ini banyak menerima pesanan dari acara-acara kantor seperti acara di kantor Lurah, Kantor PDIKM, Kantor BLK Padang Panjang.

Untuk pembayaran ketring pada usaha Ibu Nelly ini yaitu semakin banyak macam sambal dan lama acaranya maka akan semakin tinggi harga yang ditawarkan. Minsalnya memesan makanan untuk kantor Lurah sebanyak 150 orang selama 7 hari

maka pembayarannya dihitung dari banyak sambal dan lama acaranya.

Pada masa *Covid-19* kemarin usaha Ketring ibu Nelly kurang mendapatkan pesanan dari acara-acara kantor karena masa *Covid-19* pemerintah menerapkan PSBB, sehingga pendapatan yang diterima pada Usaha Ketring Ibu Nelly berkurang. Hal ini sebagaimana dari hasil wawancara bersama Ibu Nelly mengatakan:

***“Ibu Nelly membenarkan bahwa pada masa Covid-19, berkurangnya pendapatan usaha ketring karena pada masa Covid-19 tidak begitu banyak acara dikantor-kantor karena pemerintah menerapkan PSBB yaitu menghindari keramaian untuk mengurangi penularan Covid-19. Pendapatan yang didapat selama Covid-19 hanya berkisar sebanyak Rp7.000.000 dalam satu bulan, sebelum adanya Covid-19 pendapatan yang didapat pada usaha catering Ibu Nelly sebanyak Rp15.000.000 dalam satu bulan”***

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa pandemi *Covid-19* berpengaruh pada Usaha Ketring Ibu Nelly, karena pemerintah menerapkan PSBB untuk mengurangi peyebaran *Covid-19*, oleh karena itu jarang pemesan catering untuk acara-acara kantor.

d. Usaha Sarapan Pagi Pakdel

Usaha ini dibuka pada tahun 2014 oleh Bapak Fadel (65 tahun) atau panggilan akrabnya Pakdel, sebelumnya Pakdel telah membuka kadai kecil-kecilan yang menjual berbagai macam snack dan gorengan, karena banyaknya masyarakat sekitar yang singgah minum kopi dipagi hari maka Pakdel berinisiatif untuk membuka usaha sarapan pagi sekaligus.

Jenis usaha yang dirintis Pakdel yaitu usaha dibidang kuliner yang menyediakan sarapan pagi dengan berbagai macam gorengan. Dalam satu hari Pakdel bisa menghabiskan 120-200 ketupat dan 50

gorengan dengan harga Rp6000 untuk satu bungkus ketupat dan Rp1000 untuk satu gorengan.

Pada masa *Covid-19* kemarin usaha sarapan pagi Pakdel berkurang jual beli karena masa *Covid-19* pemerintah menerapkan PSBB, sehingga berkurangnya pembeli yang datang ke warung sarapan pagi Pakdel. Sehingga pendapatan yang diterima Pakdel juga ikut berkurang. Hal ini sebagaimana dari hasil wawancara bersama Pakdel mengatakan:

*“Pakdel membenarkan bahwa pada masa Covid-19, berkurangnya pendapatan usaha sarapan paginya karena pada masa Covid-19 tidak begitu banyak orang yang datang membeli ketupat dan gorengan karena pemerintah menerapkan PSBB yaitu menghindari keramaian untuk mengurangi penularan Covid-19. Pendapatan yang didapat selama Covid-19 hanya berkisar sebanyak Rp4.500.000 dalam satu bulan, sebelum adanya Covid-19 pendapatan yang didapat pada usaha sarapan pagi Pakdel sebanyak Rp7.500.000 dalam satu bulan”*

Untuk mengetahui dampak *Covid-19* terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang, penulis mengambil sampel pada pelaku UMKM di kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang sebanyak 14 orang informan. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dapat dilihat bagaimana penjelasan dampak *Covid-19* terhadap pelaku UMKM di kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

#### 1. Usaha dibidang *Fashion*

Menurut Ibu Sefriyeni (45 tahun) pemilik Usaha Nikitta Spray, mengatakan:

*“ibu Yeni membenarkan hal ini yang mana pendapatan usahanya menurun dan berpengaruh sekali terhadap penjualan karena adanya kebijakan pemerintah yang menerapkan lockdown selama masa Covid-19 berlangsung. sebelum pandemi Covid-19*

*datang pendapatan usaha Nikitta Spray mencapai Rp10.000.000 per bulan. Namun saat pandemi Covid-19 pendapatan usaha Nikitta Spray ±Rp7.000.000 perbulan”.*

Hal ini sejalan dengan pernyataan Bang Qori (36 tahun) pemilik Usaha Kaos Kenken, mengungkapkan”

*“Bang qori membenarkan hal ini yang mana pendapatan usahanya menurun semenjak Covid-19 datang, karena berkurangnya pembeli yang datang dan susah dalam pembelian stok barang. Selama masa pandemi Covid-19 pendapatan yang didapat oleh Bang Qori dalam satu hari hanya berkisar Rp250.000-Rp450.000, berbeda dengan pendapatan Bang Qori sebelum Covid-19 sebanyak Rp400.000-Rp600.000 dalam satu hari.*

## 2. Usaha dibidang Jasa

Menurut Uda Dedi Saputra (41 tahun) pemilik Usaha Bengkel 4D Jok, mengatakan:

*“sebelum adanya Covid-19 pendapatan usaha bengkel 4D Jok mencapai sebesar Rp2.000.000–Rp3.000.000 perhari. Namun saat pandemi usaha bengkel 4D Jok Daded mengalami penurunan pendapatan ± Rp700.000–Rp1.200.00. pada saat masa sulit itu Daded pernah meminjam uang ke bank sebanyak Rp70.000.000”*

Hal ini sejalan dengan pernyataan Bapak Katik (54 tahun) pemilik Usaha Jahit Baju, mengungkapkan”

*“Pak Katik membenarkan hal ini yang mana usahanya memang sempat terhenti dari bulan April sampai Agustus. Pada bulan berikutnya usaha Pak Katik kembali dibuka seperti bisa namun orderannya tidak sebanyak ketika sebelum pandemi Covid-19. Sebelum pandemi Covid-19 pendapatan usaha Pak Katik mencapai Rp300.000 dalam satu hari. Namun saat pandemi Covid-19 hanya dapat Rp120.000 dalam satu hari”.*

### 3. Usaha dibidang Agribisnis

Menurut Ibu Wahini (65 tahun) pemilik usaha kos-kosan Ibukwe, mengatakan:

*“Ibu Wahini membenarkan bahwa ebelum adanya pandemi Covid-19 kamar yang berisi sebanyak 16 kamar, tetapi pada saat pandemi Covid-19 yang berisi hanya 7 kamar. Sebelum pandemi Covid-19 pendapatan uaha kos- kosan Ibu Wahini mencapai ± Rp3.800.000 perbulan. Namun saat pandemi Covid-19 pendapatan usaha Ibu Wahini hanya ±Rp1.200.000 perbulan”.*

Hal ini sejalan dengan pernyataan Om Monara Nudarma (45 tahun) pemilik usaha ayam potong, mengungkapkan:

*“pada masa Covid-19 itu usaha omo momon tidak banyak mengalami kerugian, karena masyarakat sekitar masih membeli ayam potong seperti sebelum adanya Covid-19 tetapi tidak sebanyak yang sebelumnya. Sebelum Covid-19 ayam yang terjual mencapai 10-15 ekor sehari, pada masa Covid-19 hanya terjual 8-10 ekor ayam”*

### 4. Usaha dibidang Kuliner

Menurut Ibu Yunitta (54 tahun) pemilik Usaha nasi Ampera Nitta, mengungkapkan:

*“Ibu Nitta membenarkan hal ini yang mana usaha mapera nasi Nitta tidak begitu berpengaruh saat adanya Covid-19, karena masyarakat sekitar masih membeli nasi dan sambal yang dijual oleh Ibu Nitta, pendapatan Ibu Nitta sebelum Covid-19 sebanyak Rp3.000.000-Rp3.800.000 sedangkan pada masa Covid-19 Ibu Nitta mendapatkan hanya Rp2.500.000-Rp3.200.000”.*

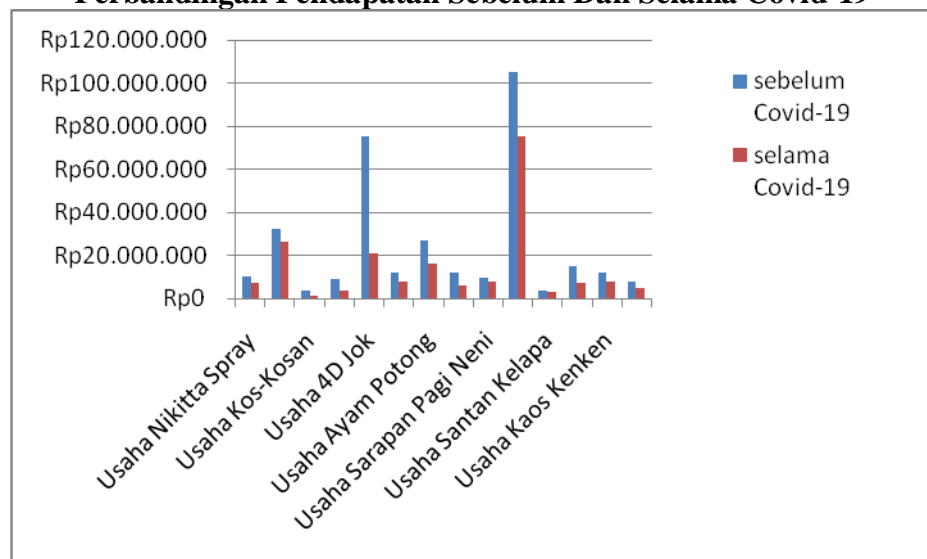
Hal ini sejalan dengan pernyataan Ibu Nelly (62 tahun) pemilik Usaha Catering , mengungkapkan:

*“Ibu Nelly membenarkan bahwa pada masa Covid-19, berkurangnya pendapatan usaha ketring karena pada masa Covid-*

*19 tidak begitu banyak acara dikantor-kantor karena pemerintah menerapkan PSBB yaitu menghindari keramaian untuk mengurangi penularan Covid-19. Pendapatan yang didapat selama Covid-19 hanya berkisar sebanyak Rp7.000.000 dalam satu bulan, sebelum adanya Covid-19 pendapatan yang didapat pada usaha ketring Ibu Nelly sebanyak Rp15.000.000 dalam satu bulan”*

Jadi berdasarkan hasil wawancara bersama pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang, berikut grafik perbandingan pendapatan sebelum dan selama Covid-19:

**Gambar 4. 1**  
**Perbandingan Pendapatan Sebelum Dan Selama Covid-19**



Sumber: hasil wawancara dengan pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang, 2022

### C. Pembahasan

Jadi berdasarkan hasil penelitian “Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha mikro kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang” bukan hanya berpengaruh pada aktivitas penjualan, kebutuhan ekonomi keluarga, dan terhentinya aktivitas jual-beli yang dilakukan UMKM



melainkan menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan terhadap pelaku UMKM yang sangat signifikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 7**  
**Jumlah Pendapatan Pelaku UMKM Sebelum dan Selama Covid-19**

Nama Pelaku UMKM	Umur	Jenis Usaha	Pendapatan	
			Sebelum <i>Covid-19</i>	Selama <i>Covid-19</i>
Sefriyeni	45th	<i>Fashion</i>	Rp 10.000.000	Rp 7.000.000
Daswardi	62th	Jasa	Rp 32.000.000	Rp 26.000.000
Wahini	65th	Agribisnis	Rp 3.800.000	Rp 1.200.000
Adrian	54th	Jasa	Rp 9.000.000	Rp 3.600.000
Dedi Saputra	41th	Jasa	Rp 75.000.000	Rp 21.000.000
Yanti	45th	Jasa	Rp 12.000.000	Rp 7.500.000
Monara N	48th	Agribisnis	Rp 27.000.000	Rp 16.500.000
Fenny	45th	<i>Fashion</i>	Rp 12.000.000	Rp 6.000.000
Nenni	57th	Kuliner	Rp 9.600.000	Rp 7.500.000
Yunitta	54th	Kuliner	Rp105.000.000	Rp 75.000.000
Ira Triastuti	35th	Agribisnis	Rp 3.440.000	Rp 3.150.000
Nelly Am	62th	Kuliner	Rp 15.000.000	Rp 7.000.000
Qori	36th	<i>Fashion</i>	Rp 12.000.000	Rp 7.500.000
Fadel	65th	Kuliner	Rp 7.500.000	Rp 4.500.000

*Sumber: hasil wawancara dengan pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang, 2022*

Setelah mendapatkan hasil wawancara dari para pelaku UMKM banyak sekali solusi yang dapat digunakan untuk menanggulangi dampak *Covid-19* terhadap pelaku UMKM di kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang diantaranya: bantuan dana UMKM dari pemerintah, inovasi membuat peluang usaha baru, dan usaha *online*. Dimana jika semua ini dijalankan akan jadi solusi di masa waktu Pandemi. Jadi perlu adanya kerja sama baik pemerintah dan juga pelaku usaha UMKM agar kegiatan ekonomi tetap

berjalan, begitu juga para pelaku UMKM masih bisa tetap melakukan usahanya.

1. Dampak *Covid-19* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang

Berdasarkan indikator pendapatan menurut Soediyono, pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang mengalami dampak dari *Covid-19* terhadap pendapatannya. Adapun kriteria agar pencapaian tujuan untuk memulihkan pendapatan sebagai berikut:

- a. Pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha harus memberikan keuntungan sehingga usaha dapat menutupi semua kewajiban dan meningkatkan usaha. Hal ini sejalan dengan usaha *Loundry* Ante Yanti (45 tahun) berdasarkan hasil wawancara bersama Ante Yanti pendapatan yang dihasilkan dari usaha jasa yang dia rintis Ante Yanti sekarang mampu menambah mesin cuci dan menambah ruangan untuk menyusun kain yang telah disetrika untuk diantarkan kepada pemiliknya.
- b. Pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha harus memenuhi kepuasan hati para pemilik usaha. Hal ini sejalan dengan usaha Nasi Ampera Nitta, berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Nitta (54 tahun) pendapatan yang diterima selama usaha ini dibuka telah membawa dampak yang baik bagi keluarga Ibu Nitta, seperti bisa menyekolahkan anaknya kejenjang yang lebih tinggi dan membantu kekurangan keluarga Ibu Nitta sendiri. Tetapi karena adanya *Covid-19* ini pendapatan yang diterima oleh usaha Nasi Ampera Nitta ini cukup menurun karena kurangnya pembeli yang datang selama *Covid-19*. Selain usaha Nasi Ampera Nitta, usaha menjahit baju yang didirikan oleh Bapak Adrian juga mendapatkan kepuasan hati pada keluarga Bapak Adrian, karena usaha ini Bapak Adrian bisa menguliahkan anaknya di IAIN Batusangkar ini sebanyak dua orang, tetapi karena adanya kebijakan pemerintah pada masa *Covid-19*

pendapatan yang diterima Bapak Adrian menurun karena kurangnya pelanggan yang ingin menjahitkan bajunya.

- c. Pendapatan tersebut bersumber dari kegiatan operasi usaha. Hal ini sejalan dengan usaha ayam potong Om Momon, berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik usaha yang didirikan oleh Om Monara Nudarma (48 tahun) yang pendapatannya bersumber dari hasil jual beli ayam ini, karena tepat penjualan ayam potong Om Momom dekat dengan perumahan masyarakat sehingga banyak masyarakat sekitar yang membeli ayam potong Om Momom, tidak hanya itu usaha ayam potong Om Momon juga banyak dipesan untuk Ketriring dan acara lainnya, sehingga usaha ini dapat berkembang tetapi karena adanya *Covid-19* kemarin pendapatan dari usaha ayam potong Om Momon ini mengalami penurunan karena jarang yang memesan ayam potong untuk acara atau *catering*, yang membeli hanya masyarakat yang ingin makan ayam saja.
- d. Pendapatan tersebut harus dapat membalas jasa dan pekerjaan yang telah dilakukan. Hal ini sejalan dengan usaha Bengkel 4D Jok, berdasarkan hasil wawancara bersama Uda dedi Saputra (41 tahun), pendapatan yang diterima oleh Uda Dedi pemilik usaha bengkel 4D Jok selama mendirikan usaha ini semata-mata bersumber dari hasil kegiatan usaha bengkel ini, tidak hanya itu Uda Dedi juga memiliki karyawan yang masih kuliah sehingga dapat membantu meringankan keuangan keluarga karyawannya karena dia bekerja bersama Uda Dedi. Tidak hanya usaha bengkel 4D Jok, usaha Bengkel Las Besi milik Bapak Daswardi (62 tahun) juga memiliki banyak karyawan dalam pemasangan besi, sehingga hasil dari usaha ini dapat membantu karyawan yang bekerja bersama Bapak Daswardi karena sekali membuat barang orderan besi bisa mendapatkan gaji Rp1.000.000 sampai Rp1.500.000 sesuai banyak orderan dan kesulitan pembuatannya.

Berdasarkan penjelasan di atas dari empat indikator pendapatan menurut Soediyono, ternyata sudah terpenuhi sebagai kriteria-kriteria mengenai pencapaian tujuan pendapatan UMKM, tetapi karena adanya *Covid-19* masih banyak pelaku UMKM yang pendapatannya menurun selama adanya masa pandemi *Covid-19*.

2. Dampak *Covid-19* terhadap pelayanan pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang

Untuk indikator pelayanan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menurut Undang-Undang No. 25 tahun 2009, maka pelayanan yang diberikan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang sebelum dan selama *Covid-19* sebagai berikut:

- a. Kebijakan Pelayanan. Indikator ini berfokus pada ketersediaan standar pelayanan pada unit penyelenggaraan pelayanan. Hal ini sejalan dengan usaha *Catering* yang didirikan oleh Ibu Nelly (62 tahun), makanan yang dihasilkan oleh usaha *Catering* Ibu Nelly ini terjamin kualitas dan rasanya, karena Ibu Nelly tidak hanya pandai memasak tetapi juga menjadi guru dalam pelatihan tata boga di BLK Kota Padang Panjang, sehingga masyarakat sudah banyak yang tahu kalau masakan yang dihasilkan dari *Catering* Ibu Nelly enak dan terjamin.
- b. Profesionalisme SDM. Indikator ini berfokus pada kompetensi pelaksanaan pelayanan sesuai jenis layanan yang diselenggarakan. Hal ini sejalan dengan usaha jahit baju Bapak Adrian (54 tahun), karena pelayanan yang diberikan Bapak Adrian sesuai dengan kompetensi yang dia laksanakan yaitu menjahit segala jenis dasar baju dan celana, baik itu baju kurung, borkat, bordir dan lain sebagainya. Sehingga pelanggan yang ingin menjahit baju atau celana puas dari hasil pelayanan yang diberikan Bapak Adrian.
- c. Sarana dan Prasarana Pelayanan. Indikator ini berfokus pada sarana dan prasarana yang bersifat fisik seperti tempat parkir, tempat duduk dan makan. Hal ini sejalan dengan usaha Nasi Ampera Nitta yang

didirikan oleh Ibu Yunitta (54 tahun), usaha ini memberikan sarana dan prasarana yang baik pada masyarakat yang ingin membeli nasi ke tempat usahanya, seperti diberikan fasilitas parkir agar kendaraan yang mau mampir untuk makan tidak susah untuk memarkirkan kendaraannya, tidak hanya itu Ampera Nasi Nitta ini juga memfasilitasi tempat duduk dan meja yang rapi serta kipas angin agar pembeli nyaman disaat makan.

- d. Sistem Informasi Pelayanan. Indikator ini berfokus pada sistem informasi berbasis elektronik dan non elektronik untuk informasi sebagai dukungan operasional pelayanan. Hal ini sejalan dengan usaha *laundry* Ibu Yanti (45 tahun) yang menggunakan pelayanan di media *online* seperti *facebook* sehingga masyarakat tahu kalau Ibu Yanti ada membuka usaha jasa *laundry*, tidak hanya di media sosial Ibu yanti juga mempromosikan usahanya melalui mulut kemulut.

### 3. Dampak *Covid-19* terhadap produksi pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang

Untuk indikator produksi dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menurut Suryana pelaku UMKM mengalami dampak *Covid-19* terhadap produksinya. Adapun indikator agar pencapaian tujuan untuk memulihkan produksi pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang sebagai berikut:

- a. Modal. Modal menjadi salah satu penentu dari keberhasilan suatu produksi, untuk memproduksi barang dalam jumlah besar maka dibutuhkan modal yang lumayan besar. Hal ini sejalan dengan usaha kos-kosan yang didirikan oleh Ibu Wahini (65 tahun), karena dalam mendirikan kos-kosan ini Ibu Wahini membutuhkan modal yang besar agar kos-kosan yang dibuat bisa memberikan kenyamanan bagi mahasiswa atau pekerja yang tinggal disana. Fasilitas yang diberikan Ibu Wahini untuk kos-kosan ini berupa tempat tidur, sapu, kompor, pel dan pembersih wc.

- b. Pendapatan. Produksi dikatakan berhasil apabila bisa menghasilkan pendapatan sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini sejalan dengan usaha bengkel 4D Jok yang didirikan oleh Bapak Dedi Saputra (41 tahun), pendapatan produksi yang diterima Bapak Dedi selama satu bulan sebelum adanya Covid-19 mencapai Rp75.000.000 dalam sebulannya karena banyak masyarakat yang datang ke bengkel Bapak Dedi untuk memperbaiki semua masalah mobil dan motor produksi jasa yang dihasilkan oleh bengkel 4D Jok Bapak Dedi yaitu seperti menukar jok motor, memperbaiki ban motor dan mobil memperbaiki kain pada tempat duduk mobil dan sebagainya. Tetapi semenjak adanya PSBB pada masa *Covid-19*, berkurangnya masyarakat yang datang untuk memperbaiki motor dan mobil karena pemerintah menetapkan untuk bekerja dirumah saja selama *Covid-19*. Oleh sebab itu pendapatan yang diterima Bapak Dedy pada masa *Covid-19* hanya berkisar Rp21.000.000 perbulannya.
- c. Volume penjualan. Produksi bisa dikatakan berhasil apabila volume penjualan meningkat sehingga tidak terjadi penumpukan hasil produksi. Hal ini sejalan dengan usaha ayam potong Bapak Monara (48 tahun), volume penjualannya sebelum adanya *Covid-19* selalu meningkat setiap bulannya karena banyak masyarakat yang membeli ayam di tempat usaha ayam potongnya, selain dekat harga yang diberikan Bapak Momon juga terjangkau oleh masyarakat. Tetapi karena adanya *Covid-19* kemarin, penjualan ayam potong yang dimiliki Bapak Momon menurun karena berkurangnya pembelian masyarakat untuk membeli ayam potong.
- d. Output produksi. Produksi disebut berhasil apabila output produk sesuai dengan target yang ditetapkan. Biasanya pelaku usaha akan menetapkan target produksi harian. Hal ini seperti usaha sarapan pagi Ibu Neni yang membeli bahan-bahan untuk membuat sarapan pagi setiap hari, karena bahan yang diperlukan untuk sarapan pagi itu berupa sayur-sayur seperti sayur buncis, lobak, wortel, pakis,

nangka, tidak hanya itu ibu Neni juga membeli santan setiap hari agar santan yang dimasak tidak basi dan rasa yang dihasilkan juga enak.

Tetapi pada masa *Covid-19* kemarin Ibu Neni membeli bahan-bahan sarapan pagi ini tidak bisa lagi setiap hari karena pemerintah setempat menetapkan PSBB dan menghindari dari keramaian untuk menanggulangi dampak *Covid-19*, sehingga Ibu Neni susah untuk pergi ke pasar setiap hari.

- e. Tenaga kerja. Keberhasilan suatu produksi bisa dilihat juga dari segi tenaga kerja. Ketersediaan tenaga kerja, kecakapan, dan kemampuan memahami biang pekerjaan menjadi salah satu penentu keberhasilan dari produksi. Hal ini sejalan dengan usaha Nikitta Spray yang didirikan oleh Ibu Sefriyeni (45 tahun), yang mempunyai karyawan sebanyak 7 orang yang bekerja di tempat usaha 2 orang sedangkan yang bekerja dari rumah 5 orang, dengan kemampuan karyawan yang pandai dan lihai dalam menjahit dan membordir kain yang diminta atau dipesan oleh pelanggan Ibu Yeni, maka menghasilkan spray, *bed cover*, baju, celana dan jilbab yang bagus sehingga banyak pembeli yang datang untuk membeli hasil dari jahitan dari karyawan Ibu Yeni.

Tetapi karena adanya pandemi *Covid-19* ini berkurangnya pemesanan produksi yang dihasilkan oleh karyawan Ibu Yeni karena pemerintah menetapkan untuk *working from home* sehingga produksi yang dihasilkan karyawan berupa spray, *bed cover*, baju, celana dan jilbab, Ibu Yeni memutuskan untuk menjualnya di media Online seperti *Facebok* dan *Instagram* sehingga barang yang dihasilkan tidak menumpuk.

Berdasarkan dari indikator di atas penulis mengharapkan agar pelaku Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang untuk membantu menanggulangi dampak *Covid-19* terhadap pelaku UMKM dengan beberapa cara:

1. Seharusnya para pelaku UMKM mendapatkan bantuan secara merata dari pemerintah, bukan hanya masyarakat yang umumnya terkena dampak *Covid* dan bantuan dari kelurahan saja. Dan jika pemerintah memberikan bantuan jangan hanya sebagian saja, sebaiknya jika ingin memberikan bantuan hendaklah secara adil dan merata.
2. Para pelaku UMKM harus berinovasi dalam berdagang atau mencari peluang usaha yang produknya banyak diminati oleh masyarakat sesuai dengan keadaan sekarang ini. Seperti menjual masker, *hand sanitaizer* dan obat–obatan, sehingga masyarakat banyak membeli produk yang kita jual nantinya.
3. Melakukan usaha online atau memakai media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp* dan *Facebook* agar usaha tetap berjalan walaupun dalam keadaan Pandemi. Sehingga orang lain bisa membeli produk tanpa harus berkerumun ke tempat yang mengakibatkan terdampaknya *Covid-19*.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, kesimpulan tentang dampak *Covid-19* terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang berdampak pada pendapatan usaha yang ada di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang. Hal ini dapat dibuktikan dari lapangan bahwa Pandemi *Covid-19* berdampak pada UMKM yang berada di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang UMKM mengalami penurunan omzet dibandingkan dengan masa sebelum pandemi *Covid-19*.

Adanya beberapa kebijakan pemerintah seperti penerapan *working from home*, dan PSBB yang mana masyarakat tidak diperbolehkan keluar rumah untuk menghindarikeramaian. Dengan adanya kebijakan dari pemerintah tersebut mengakibatkan usaha yang berada di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang berkurangnya pembeli atau berhenti memproduksi untuk sementara waktu.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka peneliti ingin mengajukan beberapa saran kepada pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang, sebagai berikut:

1. Hendaknya masyarakat di kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang tetap bisa melaksanakan kegiatan jual beli dengan mematuhi aturan pemerintah sehingga perekonomian tetap stabil.
2. Bagi pelaku UMKM diharapkan untuk berinovasi dengan *online marketing*, dan memberikan penawaran yang menarik seperti promo, dan diskon
3. Bagi pemerintah untuk membuat program kebijakan yang tepat dengan memperhatikan keadaan ekonomi masyarakat melihat besarnya potensi pada pelaku UMKM di Kelurahan Koto Panjang Kota Padang Panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid - 19 Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Ners* , 43.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM . *Jurnal Brand Vol. 2 No. 1* , 2.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rinerka Cipta.
- Asmini. (2019). Manajemen Bussines Cycle Sebagai Basis Peluang Usaha. *Suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat* , 19.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Rajawali Pers.
- BAPPEDA. (2017). *Arsip*. Padang Panjang: Media Jaya.
- Budiono. (2010). *Makro Ekonomi Mikro Ekonomi*. Yogyakarta: Bagus Kencana.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Hadi, S. (2012). Metode Research. *Yogyakarta: UGM* , 142.
- Hazri, N. (2021). *Dampak Covid -19 Terhadap Pendapatan Penjualan*. Padang Panjang: wawancara.

- Ihza, K. N. (2020). Dampak Pandemi Covid - 19 Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian* , 12.
- Indonesia, U. U. (2008). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Nomor 20.
- Iskandar, E. d. (2020). Dampak Covid 19 Terhadap Rendahnya Sentimen Investor Terhadap Pasar . *Jurnal Juara* , 29.
- Juliasti, S. (2009). *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha*. Jakarta: PT Persero.
- Kemenkes, I. (2021). <https://www.kemkes.go.id> , 10-19.
- Keppres, R. N. (2008). *jenis - jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Jakarta: Persero.
- Kertajaya, H. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Kominfo. (2017). *Dinas Kominfo Kota Padang Panjang* , 24.
- Kominfo, P. P. (2021, September 8). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. <https://klikpositif.com> , p. 3.
- Kotler, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Perdana Printing.
- Mangundjojo, R. S. (2011). *Sosial Ekonomi Masyarakat*. Jakarta: Direktorat Jendral.
- Mankiw, G. (2010). *Pengantar Ekonomi Jilid 2 Hal 130*. Jakarta: Erlangga.

- Manurung, P. R. (2011). *Suatu Pengantar Teori Ekonomi Mikro* . Jakarta: LP, FE - UI.
- Moloeng, L. L. (2012). *Meteorologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remarja Perda Karya.
- Muhammad Irwan Trias Saputra, S. K. (2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 38 No. 1 , 26.
- Muhammad Ismail Yusanto, M. K. (2008). *Manajemen Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Mulyani, S. (2020). *Pemerintah Waspada Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Ekonomi Indonesia*. Bandung: Madani Prima.
- Munandar, M. (2013). *Pokok - Pokok Intermediate Accounting*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Muslim, P. (2017). Kiat Meningkatkan Omset Penjualan. <https://pengusahamuslim.com/5552> , 15.
- Nasional, D. P. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Neddy. (2006). *Kementrian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Gema Insani.
- Nissa Nurfitriya, R. H. (2015). *Jurnal Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu* . Vol.x No.6 , 4.

- Pakpahan. (2019). Retrieved From Covid - 19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). 12.
- Raharjo, J. (2021). *Dampak Pandemi Covid - 19*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Rasyad. (2011). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sari, J. (2009). *Cerdas Mendapatkan dan Menelola Modal Usaha*. Jakarta: PT Persero.
- Sarmigi. (2020). Dampak Covid - 19 Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Inovasi* , 31.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung: IKAPI.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Meteologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swastaha, B. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Syafei, A. (2011). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Tambunan, T. T. (2009 ). *Usaha Mikro Kecil dan Mennegah di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thotik Gunara, U. S. (2008). *Marketing Muhammad SAW*. Bandung: Madani Prima.