

## **PENGARUH *SOCIAL DISTANCING* TERHADAP PEREKONOMIAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI LINGKUNGAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**Elly Nur Fatimah<sup>1</sup>,  
Destiana Ningrum  
Sari<sup>2</sup>, Mia Nur Insani<sup>3</sup>,  
Nani Pratiwi<sup>4</sup>, Desty  
Nur Reno Nuzullul  
Lesty Asih<sup>5</sup>**

### **Abstrak**

Penerapan social distancing akibat adanya pandemi Covid-19 menjadi pengaruh tersendiri bagi masyarakat dengan perekonomian UMKM di Indonesia salah satunya di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Menjelaskan pengaruh social distancing terhadap perekonomian UMKM di lingkungan UMS, 2) Menjelaskan bagaimana pengaruh perubahan perilaku konsumen ditengah pandemi Covid-19 terhadap perekonomian UMKM di lingkungan UMS Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sebanyak 30% dari total responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik convenience sampling. Hasil analisis data menunjukkan bahwa omset UMKM sebelum pandemi yang stabil memiliki nilai 55.1%. Omset UMKM selama pandemi yang tetap memiliki nilai 95.9%. Sebelum pandemi UMKM yang memiliki karyawan memiliki nilai 81.6%. Selama pandemi UMKM yang menggunakan strategi online, memberikan jenis pelayanan tambahan, dan memaksimalkan penjualan online memiliki nilai 71.4%, 44%, dan 60%. Penjualan online tidak dapat membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan selama pandemi Covid-19 memiliki nilai 52%. Penurunan daya beli konsumen dan pengurangan modal UMKM selama pandemi Covid-19 memiliki nilai 98% dan 84%. UMKM yang termasuk sebagai penerima bantuan dari pemerintah memiliki nilai 92%. Hal tersebut berarti penerapan social distancing sebagai upaya menghadapi pandemi telah membuat UMKM di sekitar UMS mengalami perubahan dan pelemahan.

**Received, December,  
2020**

**Revised, February,  
2021**

**Accepted, March,  
2021**

***Kata Kunci:* Pengaruh, Social Distancing, UMKM**

### **Abstract**

*The application of social distancing due to the Covid-19 pandemic has become a separate influence for people with the economy of UMKM in Indonesia, one of which is in the University of Muhammadiyah Surakarta. The objectives of this study are: 1) To explain the effect of social distancing on the economy of UMKM in the UMS environment, 2) to explain how changes in consumer behavior amid the Covid-19 pandemic affect the economy of UMKM in the UMS environment. This research is a descriptive type of research using a quantitative analysis approach. This study used 30% of the total respondents. The sampling technique used was convenience sampling technique. The results of data analysis show that the stable turnover of UMKM before the pandemic has a value of 55.1%. The turnover of UMKM during the pandemic still has a value of 95.9%. Before the pandemic, UMKM that had employees had a value of 81.6%. During the pandemic, UMKM that used online strategies, provided additional types of services, and maximized online sales had scores of 71.4%, 44%, and 60%. Online sales cannot help UMKM in overcoming problems during the Covid-19 pandemic which has a value of 52%. The decline in consumer purchasing power and the reduction in the capital of UMKM during the Covid-19 pandemic had a value of 98% and 84%. UMKM which are included as recipients of aid from the government have a value of 92%. This means that the application of social distancing as an effort to deal with the pandemic has made UMKM around UMS experience changes and weaknesses.*

***Keywords:* min 2 variables mak 5 variables**

<sup>1,2,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, email:

[b200180519@student.ums.ac.id](mailto:b200180519@student.ums.ac.id), [b200180467@student.ums.ac.id](mailto:b200180467@student.ums.ac.id), [b100180455@student.ums.ac.id](mailto:b100180455@student.ums.ac.id)

<sup>3</sup> Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, email:

[a310170176@student.ac.id](mailto:a310170176@student.ac.id)

<sup>5</sup> Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surakarta, email: [d600180105@student.ums.ac.id](mailto:d600180105@student.ums.ac.id)

## PENDAHULUAN

Sejak awal tahun 2020 dunia digegerkan dengan mewabahnya virus corona yang menyebar di hampir seluruh negara di dunia (Yasmin, 2020). Munculnya virus corona ini sudah terdeteksi di negara China sejak Desember 2019. Berawal dari banyaknya kasus pasien yang mendatangi rumah sakit di Wuhan dengan gejala yang tidak dikenali. Dari hal itu diketahui bahwa, beberapa pasien yang terjangkit virus pernah mendatangi pasar ikan Huanan yang juga menjual berbagai macam hewan liar. Awal penyebaran virus tersebut diduga berasal dari hewan kelelawar. Karena telah menyebar di banyak negara di dunia WHO (*World Health Organization*) menetapkan bahwa virus Corona adalah pandemi global yang harus diselesaikan bersama.

Di Indonesia kasus virus corona pertama kali diidentifikasi pada dua orang warga Depok, Jawa Barat pada bulan Maret. Kemudian virus ini mulai menyebar ke berbagai wilayah di Indonesia (Yunita, 2020). Dengan munculnya kasus ini pemerintah Indonesia langsung mengambil tindakan tegas untuk mengatasi penyebaran virus. Berbagai metode pencegahan dilakukan pemerintah seperti rajin cuci tangan dengan sabun, *social distancing*, *work from home*, belajar di rumah, dan karantina wilayah atau PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Menurut Abrori (2020) di Solo setelah kejadian meninggalnya seorang pasien positif corona di RSUD dr Moewardi Solo Pemerintah Kota Solo menetapkan status Kejadian Luar Biasa (KLB). Dari berbagai kebijakan yang telah ditetapkan baik pemerintah pusat maupun Pemerintah Kota setiap warga memegang peranan penting dalam memutus mata rantai penyebaran virus corona atau *Covid-19*.

Penyebaran *Covid-19* ini tidak bisa dipandang dengan sebelah mata mengingat penyebarannya yang begitu cepat serta menimbulkan kepanikan di tengah masyarakat. Tidak hanya itu saja, dampak terbesar yang juga timbul karena adanya pandemi *Covid-19* ini adalah dari sektor perekonomian. Pemerintah memberlakukan beberapa kebijakan baru salah satunya yaitu *social distancing* sebagai upaya untuk memutus mata penyebaran *Covid-19* di Indonesia. Dengan hal ini terpaksa berbagai macam kegiatan ekonomi harus dibatasi bahkan tidak sedikit yang harus diberhentikan. Seperti banyak perusahaan yang harus tutup, pedagang yang terpaksa tidak bisa lagi untuk melakukan kegiatan perdagangan, serta banyak tempat usaha makan dan minuman serta toko yang juga terpaksa harus berhenti untuk sementara. Tentu hal ini juga menjadi pengaruh tersendiri bagi masyarakat dengan perekonomian Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Jumlah UMKM yang tersebar di Indonesia sangat banyak. Bergerak dalam bidang perdagangan, perikanan, pertambangan, komunikasi, hotel, restoran, toko, dan jasa. Jumlah UMKM yang dibina oleh dinas koperasi dan UMKM Kota Surakarta hingga akhir tahun 2018 kurang lebih 3.200 UMKM khusus pada sektor produktif. Adapun secara potensial Kota Solo memiliki jumlah 43.700 UMKM (Prabawati, 2019).

Melalui tulisan ini kami berharap dapat memberikan informasi lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruh yang ditimbulkan dari adanya penerapan *social distancing* bagi para pengusaha kecil menengah dengan mengambil sampel khususnya yang ada di daerah sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beberapa pelaku UMKM yang melakukan inovasi

agar tetap bertahan di era pandemi ini juga dapat dilakukan oleh oleh pelaku UMKM lainnya agar usahanya tetap berjalan.

## KAJIAN PUSTAKA

### *Social Distancing*

Dalam Bahasa Indonesia, *social distancing* memiliki pengertian pembatasan sosial. Pembatasan sosial disini dimaksudkan semua warga harus menjaga jarak dengan warga lain agar dapat memutus rantai penyebaran virus corona. Dalam mencanangkan gerakan *social distancing* pemerintah menganjurkan setiap warga untuk tetap menjaga jarak aman minimal 2 meter antar individu, tidak melakukan kontak fisik secara langsung, dan harus menghindari kerumunan.

Implementasi pelaksanaan *social distancing* diterapkan pemerintah dengan melaksanakan kegiatan sekolah berbasis daring atau *online*, penutupan tempat-tempat wisata, meniadakan kegiatan *car free day* maupun kegiatan yang mengumpulkan banyak massa, penutupan cafe-cafe, membubarkan orang-orang yang bergerombol tanpa tujuan yang jelas, dan mempropagandakan WFH atau *Work From Home*.

Indonesia memutuskan menerapkan pelaksanaan *social distancing* sejak warga Indonesia banyak yang terkena pandemi wabah *covid-19*. Pemerintah mengharapkan kegiatan *social distancing* dapat berhasil memutus rantai penyebaran *covid-19* sehingga jumlah warga Indonesia yang positif *covid-19* dapat berkurang. Dengan demikian, pandemi wabah *covid-19* dapat musnah dan seluruh kegiatan di Indonesia dapat berjalan normal seperti sehari-hari.

### Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disingkat UMKM merupakan jenis usaha yang banyak jumpai. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha.

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta - 500 Juta	>300 Juta - 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta - 10 Miliar	>2,5 Miliar - 50 Miliar

Gambar 1. Kriteria UMKM

Dalam rangka pemulihan ekonomi nasional, salah satu dukungan yang diberikan Pemerintah bagi usaha UMKM yang berdampak pandemic *Covid-19* adalah subsidi bunga kredit, yaitu dengan merelaksasikan pembayaran angsuraan dan pemberian subsidi bunga kredit. Berdasarkan Perpu Nomor 1 tahun 2020, pemerintah melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Dukungan bagi BPR sebanyak 1,62 juta debitur, perbankan 20,02 juta debitur, dan perusahaan pembiayaan 6,76 juta debitur.  
Penundaan angsuran dan subsidi bunga untuk mikro dan kecil (dibawah Rp 500.000.000) adalah 6% untuk 3 bulan pertama dan 3% untuk 3 bulan berikutnya. Sedangkan untuk usaha kecil menengah (Rp 500 juta s.d Rp 10 miliar) adalah 3% untuk 3 bulan pertama dan 2% untuk 3 bulan berikutnya

2. Dukungan untuk KUR sebanyak 8,33 juta debitur usaha mikro (UMi) sebanyak 1 juta debitur, Mekaar sebanyak 6.08 juta debitur, dan pegadaian untuk 10,6 juta debitur. Kelompok KUR (di bawah Rp 500 juta) subsidi bunga diberikan sebesar 6% untuk 3 bulan pertama dan 3% untuk 3 bulan berikutnya. Sedangkan UMi (Rp 5 juta-10 juta) adalah sebesar 6% selama 6 bulan.
3. Penerima manfaat lainnya yaitu Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB), LPMUKP, UMKM Pemda, UMKM Online, Koperasi, dan para petani memperoleh relaksasi subsidi kredit sebesar 6% selama 6 bulan.

Pelaku UMKM harus dapat memahami perubahan perilaku konsumen di tengah pandemi (Permadi, 2020). Saat ini UMKM menghadapi beberapa masalah dalam meningkatkan kemampuan usaha antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran (Suci, 2017). Oleh karena itu sebagai bagian dari perekonomian UMKM dapat menciptakan inovasi agar daya saing semakin meningkat (Darwanto, 2013).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis kuantitatif. Dalam Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif data yang dianalisis berupa angka-angka (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *convenience sampling*. Beberapa langkah dalam menganalisis data dalam penelitian ini yaitu pertama tahap pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner (*google form*) ke seluruh UMKM di sekitar UMS. Kedua peneliti mengambil sampel sebanyak 30% dari jumlah UMKM di sekitar UMS. Ketiga merekap hasil wawancara dalam bentuk tabel secara umum. Langkah terakhir adalah menganalisis data dan menarik kesimpulan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

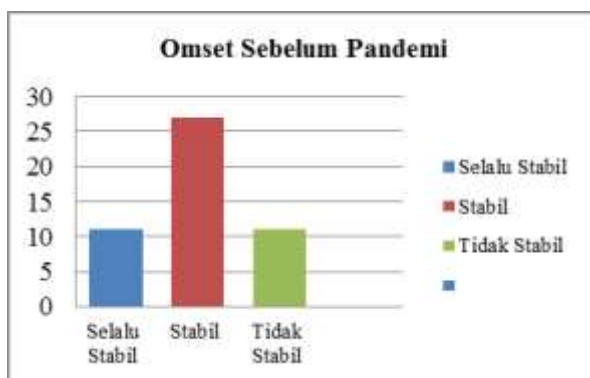
Pengelola UMKM yang dijadikan subjek penelitian yaitu orang yang tetap menjalankan usaha di saat *social distancing* berlangsung. Data pengelola UMKM tersebut diperoleh dari penyebaran kuisisioner melalui *google form* secara terbuka terhadap seluruh pengelola UMKM di sekitar UMS. Hasil kuisisioner selain untuk mengetahui pengaruh *social distancing*, juga digunakan untuk mengidentifikasi perubahan-perubahan yang terjadi terkait omset, karyawan, strategi, jenis pelayanan, penjualan *online*, daya beli, modal, dan bantuan pemerintah.

Tabel. 1 Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase
1	Makanan	17	34%
2	Minuman	8	16%
3	Pakaian	3	6%
4	Fotocopy	7	14%
5	Laundry	6	12%
6	Lainnya	9	18%

Dari tabel tersebut diketahui bahwa jenis usaha yang paling banyak yaitu jenis usaha makanan yang berjumlah 17 dengan nilai 34%. Jenis usaha lainnya sebagai jenis usaha terbanyak kedua yaitu berjumlah 9 dengan nilai 18%. Jenis usaha minuman sebagai jenis usaha terbanyak ketiga yaitu berjumlah 8 dengan nilai 16%. Jenis usaha fotocopy sebagai jenis usaha

terbanyak keempat yaitu berjumlah 7 dengan nilai 14%. Jenis usaha laundry sebagai jenis usaha terbanyak kelima yaitu berjumlah 6 dengan nilai 12%. Jenis usaha pakaian sebagai jenis usaha terbanyak keenam yaitu berjumlah 3 dengan nilai 6%.



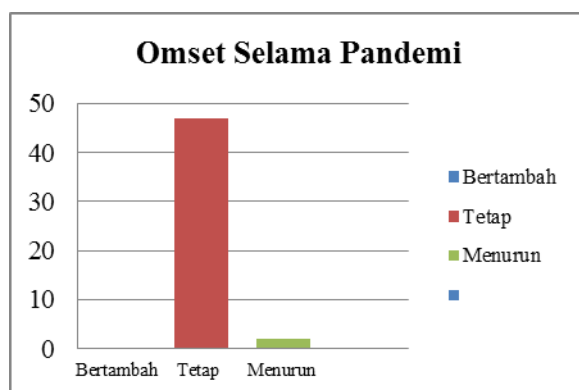
Gambar 2. Diagram Omset Sebelum Pandemi

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Omset UMKM Sebelum Pandemi

Pertanyaan	Selalu naik	Stabil	Tidak stabil	Jumlah
Bagaimana omset UMKM sebelum pandemi Covid-19?	11	27	11	49
Persentase	22.4%	55.1%	22.4%	99.9%

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa *pertama* omset UMKM sebelum pandemi yang selalu naik memiliki nilai 22.4%, *kedua* omset UMKM sebelum pandemi yang stabil memiliki nilai 55.1%, dan *ketiga* omset UMKM sebelum pandemi yang tidak stabil memiliki nilai 22.4%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,54 yang artinya omset UMKM sebelum pandemi yang stabil lebih besar dibandingkan dengan yang selalu naik dan yang tidak stabil. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,503 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan memiliki omset yang stabil sebelum pandemi.



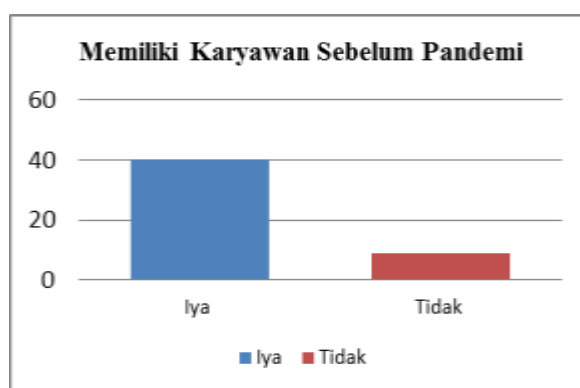
Gambar 3. Diagram Omset Selama Pandemi

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Omset UMKM selama Pandemi

Pertanyaan	Bertambah	Tetap	Menurun	Jumlah
Bagaimana omset UMKM selama pandemi covid-19?	-	47	2	49
Persentase	-	95.9%	4.1%	100%

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa *pertama* omset UMKM selama pandemi tidak ada yang bertambah, *kedua* omset UMKM selama pandemi yang tetap memiliki nilai 95.9%, dan *ketiga* omset UMKM selama pandemi yang menurun memiliki nilai 4.1%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,96 yang artinya omset UMKM selama pandemi yang tetap lebih besar dibandingkan dengan yang menurun. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,197 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan memiliki omset tetap selama pandemi.



Gambar 4. Diagram Karyawan UMKM

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Jumlah Karyawan UMKM

Pertanyaan	Iya	Tidak	Jumlah
Apakah sebelum pandemi sudah memiliki karyawan	40	9	49
Persentase	81.6%	18.4%	100%

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa *pertama* sebelum pandemi UMKM yang memiliki karyawan memiliki nilai 81.6%, dan *kedua* sebelum pandemi UMKM yang tidak memiliki karyawan memiliki nilai 18.4%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,82 yang artinya jumlah UMKM yang sudah memiliki karyawan sebelum pandemi lebih besar dibandingkan dengan yang tidak memiliki karyawan sebelum pandemi. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,388 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan sudah memiliki karyawan sebelum pandemi.



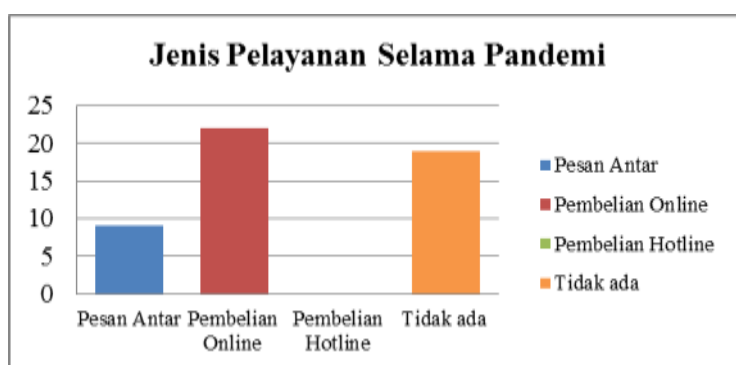
Gambar 5. Diagram Strategi UMKM

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Strategi UMKM selama Pandemi

Pertanyaan	Online	Offline	Jumlah
Apakah strategi yang digunakan untuk meningkatkan keuntungan selama pandemi	35	14	49
Persentase	71.4%	28.6%	100%

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa *pertama* selama pandemi UMKM yang menggunakan strategi *online* memiliki nilai 71.4%, dan *kedua* selama pandemi UMKM yang menggunakan strategi *offline* memiliki nilai 28.6%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,72 yang artinya jumlah UMKM yang menggunakan strategi online untuk meningkatkan keuntungan selama pandemi Covid-19 lebih besar dibandingkan yang offline. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,453 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan menggunakan strategi *online* selama pandemi



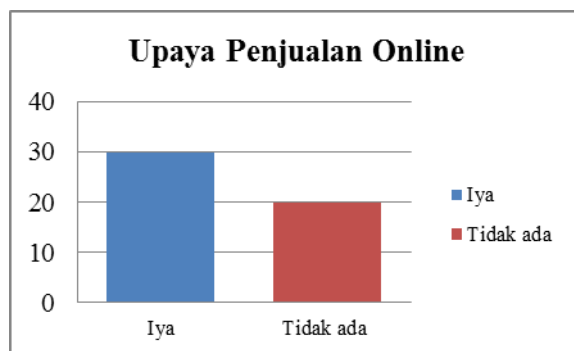
Gambar 6. Diagram Jenis Pelayanan UMKM

Tabel 6. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Jenis Pelayanan Tambahan selama Pandemi

Pertanyaan	Pesan antar	Pembelian online	hotline	Tidak ada	Jumlah
Apakah ada tambahan jenis pelayanan selama pandemi	9	22	-	19	50
Persentase	18%	44%	-	38%	100%

Dari tabel 6 dapat diketahui bahwa *pertama* jenis pelayanan tambahan berupa pesan antar memiliki nilai 18%, *kedua* jenis pelayanan tambahan berupa pembelian *online* memiliki nilai 44%, dan *ketiga* tidak ada jenis pelayanan tambahan dari UMKM memiliki nilai 38%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,44 yang artinya jumlah UMKM yang memberikan tambahan jenis pelayanan pembelian online lebih besar dibandingkan yang tidak menambahkan jenis pelayanan, pesan antar, dan penggunaan hotline. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,501 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan menggunakan tambahan pelayanan pembelian *online* selama pandemi.



Gambar 7. Diagram Penjualan *Online*

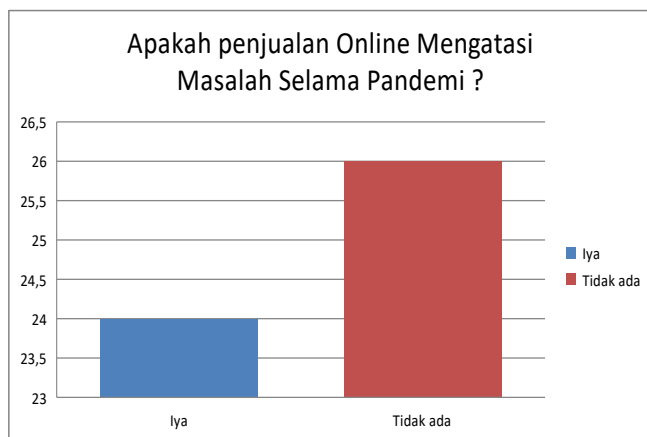
Tabel 7. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Pemaksimalan Upaya Penjualan *Online* oleh UMKM

Pertanyaan	Iya	Tidak	Jumlah
Apakah UMKM telah memaksimalkan penjualan <i>online</i> untuk memasarkan produk selama pandemi Covid-19	30	20	50
Persentase	60%	40%	100%

Dari tabel 7 dapat diketahui bahwa *pertama* UMKM yang telah memaksimalkan penjualan *online* memiliki nilai 60%, dan *kedua* UMKM yang yang tidak memaksimalkan penjualan *online* memiliki nilai 40%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,6 yang artinya jumlah UMKM yang telah memaksimalkan penjualan online untuk memasarkan produk selama pandemi Covid-19 lebih besar dibandingkan yang tidak. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,494 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan telah memaksimalkan penjualan *online* selama pandemi.





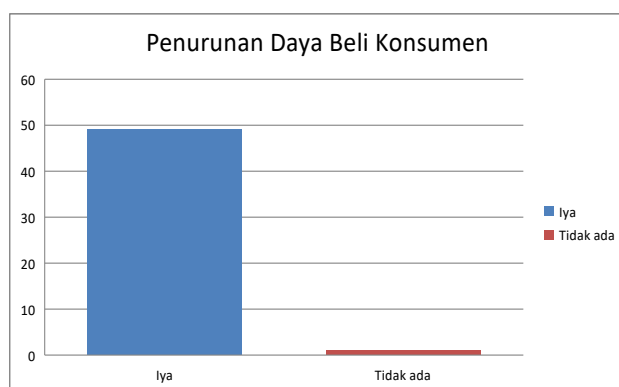
Gambar 8. Diagram Efektifitas Penjualan *Online*

Tabel 8. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Efektifitas Penjualan *Online* oleh UMKM

Pertanyaan	Iya	Tidak	Jumlah
Apakah dengan penjualan <i>online</i> bisa membantu mengatasi permasalahan yang timbul di tengah pandemi Covid-19	24	26	50
Persentase	48%	52%	100%

Dari tabel 8 dapat diketahui bahwa *pertama* penjualan *online* bisa membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan yang timbul di tengah pandemi Covid-19 memiliki nilai 48%, dan *kedua* UMKM penjualan *online* tidak dapat membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan yang timbul di tengah pandemi Covid-19 memiliki nilai 52%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,52 yang artinya jumlah UMKM dimana penjualan online tidak membantu mengatasi permasalahan yang timbul ditengah pandemi Covid-19 lebih besar dibandingkan yang membantu. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,504 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan memilih penjualan *online* sebagai solusi yang efektif selama pandemi.



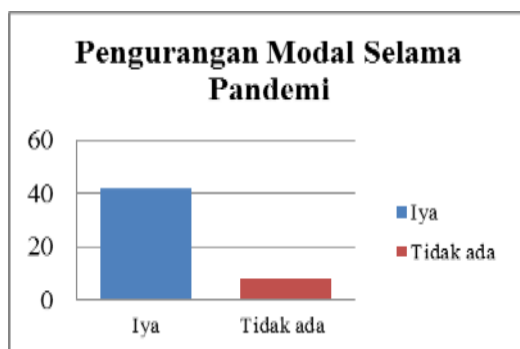
Gambar 9. Diagram Daya Beli Konsumen

Tabel 9. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Daya Beli Konsumen Selama Covid-19

Pertanyaan	Iya	Tidak	Jumlah
Apakah daya beli konsumen mengalami penurunan selama pandemi Covid-19	49	1	50
Persentase	98%	2%	100%

Dari tabel 9 dapat diketahui bahwa *pertama* daya beli konsumen mengalami penurunan selama pandemi Covid-19 memiliki nilai 98%, dan *kedua* UMKM daya beli konsumen mengalami penurunan selama pandemi Covid-19 memiliki nilai 2%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,98 yang artinya jumlah UMKM yang mengalami penurunan daya beli konsumen selama pandemi Covid-19 lebih besar dibandingkan yang tidak. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,141 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa daya beli konsumen kebanyakan memiliki penurunan selama pandemi.



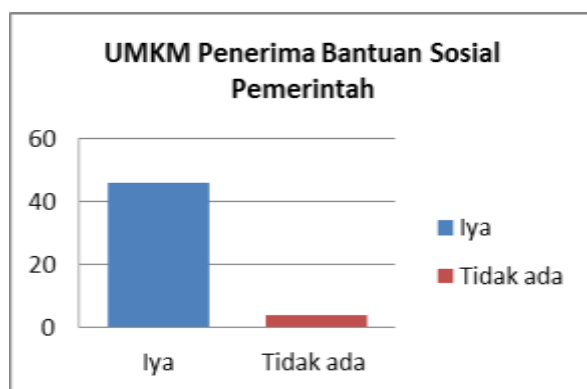
Gambar 10. Diagram Pengurangan Modal

Tabel 10. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui Pengurangan Modal Selama Covid-19

Pertanyaan	Iya	Tidak	Jumlah
Apakah bisnis UMKM anda mengalami pengurangan modal selama pandemi ini	42	8	50
Persentase	84%	16%	100%

Dari tabel 10 dapat diketahui bahwa *pertama* UMKM yang mengalami pengurangan modal selama pandemi ini memiliki nilai 84%, dan *kedua* UMKM yang mengalami pengurangan modal selama pandemi ini memiliki nilai 16%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,84 yang artinya jumlah UMKM yang mengalami pengurangan modal selama pandemi Covid-19 lebih besar dibandingkan yang Tidak. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,370 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan mengalami pengurangan modal selama pandemi.



Gambar 11. Diagram UMKM Penerima Bantuan Sosial Pemerintah

Tabel 11. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Mengetahui UMKM Penerima Bantuan Sosial Pemerintah

Pertanyaan	Iya	Tidak	Jumlah
Apakah UMKM anda termasuk sebagai penerima bantuan dari pemerintah	46	4	50
Persentase	92%	8%	100%

Dari tabel 11 dapat diketahui bahwa *pertama* UMKM yang termasuk sebagai penerima bantuan dari pemerintah memiliki nilai 92%, dan *kedua* UMKM yang tidak termasuk sebagai penerima bantuan dari pemerintah memiliki nilai 8%.

Berdasarkan analisis data diperoleh Mean (M) sebesar 0,92 yang artinya jumlah UMKM yang termasuk penerima bantuan dari pemerintah lebih besar dibandingkan yang tidak. Nilai Standar Deviasi (SD) sebesar 0,274 menunjukkan nilai rata-rata di bawah satu yang artinya jawaban responden cenderung homogen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden kebanyakan termasuk sebagai penerima bantuan dari pemerintah.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan *social distancing* sebagai upaya menghadapi pandemi telah membuat UMKM di sekitar UMS mengalami perubahan dan pelemahan. Perubahan-perubahan yang terjadi terkait omset, karyawan, strategi, jenis pelayanan, penjualan *online*, daya beli, modal, dan bantuan pemerintah. Perbedaan omset sebelum dan selama *social distancing* kebanyakan menunjukkan hasil stabil dan tetap. Sebelum pandemi kebanyakan UMKM sudah memiliki karyawan. Selama *social distancing* kebanyakan UMKM menggunakan strategi *online* dan tambahan pelayanan pembelian *online*. Selama *social distancing* kebanyakan UMKM memilih penjualan *online* sebagai solusi yang efektif. Selama *social distancing* kebanyakan UMKM mengalami penurunan daya beli konsumen dan penurunan modal. Selama *social distancing* kebanyakan UMKM mendapatkan bantuan dari pemerintah.

#### Saran

- Dampak yang timbul akibat pandemi Covid-19 pada keberlangsungan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) cukup besar. Oleh sebab itu dalam keadaan ini para pelaku UMKM perlu untuk meningkatkan keahlian yang dimiliki dan inovasi agar bisnisnya tetap dapat bertahan.
- Pelaku usaha wajib memperbaiki proses bisnisnya, misalnya dengan mengubah sstem bisnisnya dengan pemanfaatan teknologi yang ada seperti dengan bisnis *online*.

- c. Pengaruh *social distancing* membawa perubahan-perubahan baru yang dapat memunculkan inovasi. Oleh karena itu diharapkan dapat didukung dari berbagai pihak baik dari lingkungan kampus khususnya sebagai wadah pengembangan diri mahasiswa maupun dari lingkungan sekitar baik keluarga, teman dan lain sebagainya. Penelitian ini masih bisa dilanjutkan dalam jangka panjang dengan pembahasan dengan topik pengaruh yang terjadi selama pandemi terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan artikel ini penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada PRISMA UMS yang telah memberikan kesempatan melakukan penelitian. Terima kasih kepada Kemahasiswaan UMS yang sudah mendanai penelitian ini. Terima kasih kami sampaikan juga kepada Ibu Shinta Permata Sari, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk membantu kami menyelesaikan penelitian hingga penulisan artikel ini.

### REFERENSI

- Abrori, F. 2020. Pemkot Solo Tetapkan KLB Virus Corona Usai 1 Pasien Covid-19 Meninggal Dunia. [On line]. From:
- Darwanto. 2013. Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol.20, No.2, Hal:1 42-149.  
<https://www.liputan6.com/regional/read/4201578/pemkot-solo-tetapkan-klb-virus-corona-usai-1-pasien-covid-19-meninggal-dunia> [April 22, 2020].
- Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan.
- Permadi, A, H., dkk. 2020. *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: UNITOMO Press.
- Prabawati, G. 2019. Jumlah UMKM di Kota Solo Bertumbuh 10 Persen. [On line]. From: <https://solo.tribunnews.com/2019/02/06/jumlah-umkm-di-kota-solo-bertumbuh-10-persen> [April 22, 2020].
- Suci, Yuli Rahmini. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. Vol 6, No.1, 54-55.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 20 Pasal 6 Tahun 2008 tentang Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Yasmin, Puti. 2020. Asal Usul Virus Corona Berasal, dari Mana Sebenarnya. [On line]. From: <https://m.detik.com/news/berita/d-4966701/asal-usul-virus-corona-berasal-dari-mana-sebenarnya>. [April 22, 2020].
- Yunita, Niken Widya. 2020. Penyebab, Asal Mula, dan Pencegahan Virus Corona di Indonesia. [On line]. From: <https://news.detik.com/berita/d-4956764/penyebabasal-mula-dan-pencegahan-virus-corona-di-indonesia> [April 22, 2020].