Jurnal Samudra Ekonomi & Bisnis
Volume 14, Nomor 2, Mei 2023

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Kelurahan VIM)

Impact of Covid-19 on UMKM (Case Study of Street Vendors in VIM Village*)*

Windy Asmara Putri Rumbrawer, Yoseb Boari[*)], **Endah Dwi Lestari**
Fakultas Ekonomi, Universitas Ottow Geissler Papua, Indonesia
**e-mail korespondensi: yobo.uogp@gmail.com*

Info Artikel

Riwayat Artikel :
Diterima: 5 Juli 2022
Disetujui: 5 April 2023
Dipublikasikan: Mei 2023

Nomor DOI :
10.33059/jseb.v14i2.5780

Cara Mensitasi :
Rumbrawer, W. A. P., Boari, Y., & Lestari, E. D. (2023). Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi kasus pedagang kaki lima di Kelurahan VIM). *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *14*(2), 341-354. doi: 10.33059/jseb.v14i2.5780.

Abstrak

Pedagang kaki lima di Kelurahan VIM merasakan dampak adanya pandemi Covid-19 seperti penurunan omset yang lumayan tinggi, penurunan daya beli konsumen, dan pengurangan tenaga kerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum pedagang kaki lima di Kelurahan VIM, mengetahui kendala yang dihadapi pedagang kaki lima di Kelurahan VIM pada masa Covid-19, serta mengetahui upaya yang dilakukan pedagang kaki lima di Kelurahan VIM untuk mempertahankan usahanya saat masa Covid-19. Hasil dari penelitian deskriptif kualitatif ini menunjukkan upaya pedagang kaki lima di Kelurahan VIM Kota Jayapura untuk tetap mempertahankan usahanya pada masa pandemi Covid-19 meliputi: (a) membuat produk baru; (b) melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain; (c) jangan berhenti menjual; serta, (d) memberdayakan bantuan insentif dari pemerintah.

Kata Kunci: Covid-19, Pedagang Kaki Lima, UMKM.

Article Info

Article History :
Received: 5 July 2022
Accepted: 5 April 2023
Published: May 2023

DOI Number :
10.33059/jseb.v14i2.5780

How to Cite :
Rumbrawer, W. A. P., Boari, Y., & Lestari, E. D. (2023). Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi kasus pedagang kaki lima di Kelurahan VIM). *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *14*(2), 341-354. doi: 10.33059/jseb.v14i2.5780.

Abstract

Street vendors in the VIM Village are feeling the impact of Covid-19 pandemic, such as a relatively high decrease in turnover, a decrease in consumer purchasing power, and a reduction in the workforce. The purpose of this study was to find out the general description of street vendors in VIM Kelurahan, find out the obstacles faced by street vendors in VIM Village during the Covid-19 period, and find out the efforts made by street vendors in VIM Village to maintain their business during the Covid-19 period. The results of this descriptive qualitative research show that the efforts of street vendors in the VIM Village, Jayapura City, to maintain their business during the Covid-19 pandemic included: (a) making new products; (b) conduct promotional cooperation with other business actors; (c) don't stop selling; and, (d) empowering incentive assistance from the government.

Keywords: *Covid-19, Street Vendors, MSMEs.*

2614-1523/©2023 The Authors. Published by Fakultas Ekonomi Universitas Samudra.
This is an open access article under the CC BY-SA license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

PENDAHULUAN

Covid-19 sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global ke negara-negara, salah satunya Indonesia. Sebagai negara yang tangguh, Indonesia terus berjuang untuk meminimalkan dampak dari pandemi ini. Di sektor ekonomi, banyak perusahaan yang mengalami penurunan omset bahkan kebangkrutan. Upaya pemerintah Indonesia mengantisipasi kondisi ini yaitu telah mengambil langkah-langkah membantu perusahaan melalui berbagai program stimulus ekonomi, seperti pemberian bantuan sosial dan insentif pajak (Husna *et al*., 2021; Katz & Jung, 2022). Kontribusi UMKM dinilai sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional, selain juga menjadi salah satu sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja di Indonesia. Dengan meningkatnya kontribusi UMKM atas PDB, maka dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta mengurangi angka pengangguran. Oleh karena itu, pemerintah juga terus mendorong pengembangan UMKM melalui berbagai program dan kebijakan yang bertujuan meningkatkan daya saing dan produktivitas UMKM di Indonesia (Hanoatubun, 2020; Rifa'i, 2013).

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan bagi ekonomi Indonesia, terutama di sektor pariwisata, perdagangan, dan investasi (Taufik *et al*., 2020; Affandi *et al*., 2020). Pandemi ini sangat mempengaruhi UMKM di Indonesia, dimana banyak dari mereka yang terpaksa mengurangi produksi atau bahkan tutup karena berkurangnya permintaan dan kesulitan dalam memperoleh bahan baku. Data dari Kementerian Koperasi menunjukkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 UMKM mengalami kesulitan akibat pandemi. Ada banyak faktor yang menyebabkan hal ini terjadi, termasuk penurunan daya beli masyarakat, pembatasan sosial, dan ketidakpastian ekonomi yang semakin meningkat. Selain itu, banyak karyawan UMKM yang kehilangan pekerjaan atau mengalami pengurangan gaji karena perusahaan tempat mereka bekerja tidak mampu membayar gaji penuh.

Dalam upaya membantu UMKM bertahan selama masa sulit ini. Pemerintah telah juga menyediakan berbagai program bantuan dan insentif untuk membantu UMKM melewati masa sulit ini. UMKM memiliki potensi yang luar biasa dalam menggerakkan roda perekonomian di tanah air, sehingga dukungan dan perhatian terhadap UMKM sangatlah penting. Pemerintah dan masyarakat harus saling bekerja sama untuk meningkatkan kualitas produk dan pemasaran UMKM agar semakin berkembang dan berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian Indonesia (Fadila, 2020; Sasongko, 2020). Selain itu, pemerintah juga telah melakukan berbagai upaya dalam memperkuat sistem kesehatan dan memberikan perlindungan bagi masyarakat. Kegiatan *lockdown* merupakan bagaian dari peraturan perundang-undangan yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan (Yunus & Rezki, 2020).

Pedagang kaki lima yang berjualan beraneka macam barang di tempat umum, pinggir jalan, dan trotoar merupakan bagian dari UMKM dan menjadi salah satu sektor bisnis informal yang sangat menguntungkan. Data Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah (Perindakop dan UMKM) Kota Jayapura menyatakan hingga 2019 jumlah PKL di Kota Jayapura telah mencapai kisaran 3.000 pedagang. Mereka melayani sekitar 500.000 jiwa warga Kota Jayapura. Setiap tahun pertumbuhan (jumlah PKL) cukup signifikan pada angka 5-10 persen. Penelitian ini berfokus pada pedagang kaki lima yang terdampak pandemi Covid-19 di wilayah Kelurahan VIM Distrik Abepura Kota Jayapura, dimana lingkungannya dikelilingi oleh lembaga sekolah dan letaknya sangat strategis karena berada di pusat keramaian. Dampak yang dirasakan pedagang kaki lima selama pandemi, khususnya di Kelurahan VIM, diantaranya mengalami penurunan pendapatan akibat berkurangnya permintaan (pembeli), kesulitan berjualan karena pembatasan waktu aktivitas, kesulitan mendapatkan bahan baku, kemacetan pembayaran kredit

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

usaha, serta sebagian dari tenaga kerja yang diperkerjakan untuk sementara waktu dirumahkan dengan batas waktu yang tidak ditentukan akibat dari ketidakmampuan perusahaan membayar gaji karyawan (Manutur *et al*., 2021; Sugiri, 2020).

Penelitian mengenai dampak pandemi terhadap pedagang kaki lima di Kelurahan VIM Distrik Abepura ini karenanya dinilai sangat penting untuk dilakukan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui: (a) gambaran umum pedagang kaki lima di Kelurahan VIM; (b) kendala-kendala yang dihadapi pedagang kaki lima di wilayah tersebut pada masa Covid-19; serta, (c) upaya-upaya yang telah dilakukan pedagang kaki lima di Kelurahan VIM untuk tetap mempertahankan usahanya pada masa pandemi. Melalui penelitian ini diharapkan membantu memahami situasi yang sedang dihadapi oleh para pedagang kaki lima di Kelurahan VIM Distrik Abepura. Dengan memahami masalah-masalah ini, maka diidentifikasi solusi-solusi yang tepat untuk membantu para pedagang kaki lima tersebut. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan informasi penting kepada pihak-pihak terkait, seperti pemerintah dan organisasi sosial.

TELAAH LITERATUR

UMKM dan Pedagang Kaki Lima

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mendefinisikan UMKM sebagai usaha yang memiliki kriteria tertentu dalam hal jumlah aset dan jumlah karyawan. Undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan dan pengembangan UMKM di Indonesia. Undang-undang ini memberikan memberikan perlindungan dan dukungan bagi UMKM melalui berbagai program seperti pembebasan pajak, bantuan modal, pelatihan dan pendampingan, serta akses ke pasar dan jaringan bisnis; selain juga mengatur mengenai hak dan kewajiban UMKM termasuk dalam hal sertifikasi dan perlindungan merek dagang. Klasifikasi UMKM di Indonesia juga dapat dibedakan berdasarkan aspek-aspek jumlah karyawan, nilai aset, dan omset (Sarfiah *et al*., 2019; Khaeruddin *et al*., 2020).

Pedagang kaki lima (PKL) merupakan bagian dari UMKM yang terkategori usaha Mikro. PKL adalah pedagang yang menjajakan barang dagangannya di trotoar, pinggir jalan, atau tempat-tempat umum lainnya dengan menggunakan alat sederhana atau gerobak (Putri & Choiriyah, 2021; Afrizal & Dewi, 2021). Istilah "kaki lima" merujuk pada tempat dimana para PKL berdagang, yang seringkali berupa trotoar atau jalan yang ramai. PKL umumnya menjual makanan, minuman, buku, pakaian, dan barang-barang lainnya yang bisa ditemukan di pasar tradisional. PKL sering kali menjadi alternatif bagi orang-orang yang ingin membeli barang-barang dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan harga di toko-toko atau pasar modern. Namun, PKL sering dihadapkan dengan berbagai tantangan dan kendala dalam menjalankan usahanya, seperti masalah perizinan, persaingan usaha yang ketat dengan pedagang lainnya, dan ketidakpastian dalam menjalankan usaha karena mereka tidak memiliki tempat usaha yang tetap (Andriani & Marlina, 2020; Prasetya & Wardhani, 2018). Walaupun demikian, PKL tetap menjadi bagian penting dalam perekonomian masyarakat, sehingga pemerintah perlu untuk memberikan dukungan dan regulasi yang tepat agar mereka dapat beroperasi secara aman dan efektif.

Pedagang kaki lima memang menjadi salah satu pilihan pekerjaan yang tersedia bagi anggota masyarakat yang berpendidikan rendah dengan pengalaman serta keterampilan yang sangat terbatas. Hal ini disebabkan karena bisnis pedagang kaki lima dapat dimulai dengan modal yang kecil dan tidak memerlukan keterampilan atau pengalaman khusus (Budiman, 2021; Jumhur, 2015). Namun, hal ini tidak berarti bahwa pedagang kaki lima tidak memerlukan keterampilan dan pengetahuan yang memadai untuk mengelola bisnisnya dengan baik. Dalam menjalankan bisnis pedagang kaki

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

lima, dibutuhkan kemampuan dalam mengelola keuangan, memasarkan produk, serta menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah dan masyarakat dalam memberikan pelatihan dan pendidikan yang sesuai untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pedagang kaki lima dalam mengelola bisnisnya (Sedyastuti, 2018; Budiman, 2021).

Dampak Pandemi Covid-9 bagi UMKM

Coronavirus 2019, atau yang lebih dikenal dengan sebutan Covid-19, adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona jenis baru yang pertama kali terdeteksi di Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Virus ini menyebabkan pandemi global yang telah mempengaruhi kehidupan manusia di seluruh dunia. Covid-19 telah memberikan dampak besar terhadap kesehatan, ekonomi, dan sosial manusia di seluruh dunia (Susilo *et al*., 2020; Manuel & Herron, 2020). Pandemi ini merupakan darurat kesehatan terbesar dan paling merusak abad terakhir dengan konsekuensi penting tidak hanya dari sudut pandang kesehatan tetapi juga dari sudut pandang ekonomi (Ducharme, 2020; Rajkumar, 2020).

Penelitian tentang dampak Covid-19 terhadap UMKM telah banyak dilakukan dengan hasil yang bervariasi. Penelitian yang dilakukan Khaeruddin *et al*. (2020), menemukan bahwa terdapat sepuluh faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemi Covid-19, yaitu: (a) faktor *social distancing*; (b) faktor PSBB; (c) faktor bahan baku; (d) faktor penjualan; (e) faktor teknologi; (f) faktor bantuan dana; (g) faktor *influencer*; (h) faktor perbankan; (i) faktor konsumsi; serta, (j) faktor kebijakan struktural. Riset empiris Haki & Komarudin (2022) menemukan hasil bahwa modal dan pemasukan pedagang kaki lima ketika masa pandemi mengalami penurunan dibandingkan sebelum pandemi karena tidak ada semangat dalam meningkatkan produktivitasnya. Hasil ini menyatakan bahwa hubungan pedagang kaki lima dengan calon pembeli tetap terjalin, tetapi pedagang tidak melakukan upaya antisipasi dalam mengatasi perubahan situasi yang terjadi, seperti mengenai jam kerja, durasi kerja dan tempat berjualan tetap, sehingga sukar dalam mempertahankan jumlah pembeli.

Selanjutnya, studi milik Yuwono *et al*. (2021), menemukan bahwa pendapatan pedagang kaki lima dan pelaku usaha *online* menurun sebesar 89 persen; sementara penelitian Suryani (2021) mengungkapkan bahwa akibat terdampak dari adanya pandemi Covid-19, *home industry* mengalami penurunan pendapatan sebesar 60 persen. Temuan studi Astuti (2021) menemukan bahwa pandemi telah memberikan dampak yang begitu besar terhadap UMKM, terutama dalam hal produksi, penjualan, dan pemasaran. Pemerintah terobservasi juga telah memberikan berbagai bantuan bagi UMKM seperti keringanan pajak dan pinjaman modal usaha yang dapat membantu mereka bertahan di tengah pandemi ini; sementara bagi karyawan yang dirumahkan untuk sementara waktu, pemerintah telah memberikan berbagai bantuan seperti program Kartu Prakerja dan subsidi gaji yang dapat membantu mereka memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari selama masa sulit.

METODE PENELITIAN

Metode deskriptif kualitatif ini bertujuan memberikan gambaran yang jelas dan detail mengenai fakta yang diteliti, yaitu mengenai dampak Covid-19 terhadap UMKM terlebih khusus Pedagang Kaki Lima di Kelurahan VIM (Nazir, 2014). Deskripsi yang dihasilkan diharapkan bermanfaat memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan atau pengembangan kebijakan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara dan studi kepustakaan/dokumentasi. Penggunaan metode deskriptif kualitatif

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

dengan sumber data sekunder dapat mempermudah dan mempercepat pengumpulan data serta dapat memberikan gambaran yang cukup lengkap mengenai objek atau fenomena yang sedang diteliti (Silalahi, 2009; Pendit, 2003).

Populasi adalah keseluruhan para pedagang kaki lima di Kelurahan VIM Kota Jayapura yang berjumlah 158 orang. Sampel penelitian diseleksi menggunakan teknik *random sampling*, dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Amirullah, 2013; Widayat, 2004). Ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian dihitung dengan metode Slovin demi menghindari kesalahan pengambilan sampel yang terlalu besar atau terlalu kecil. Dalam metode Slovin, ukuran sampel dihitung berdasarkan jumlah populasi dan tingkat kepercayaan yang diinginkan. Berdasarkan hasil perhitungan Slovin dengan tingkat *error* yang digunakan sebesar 10 persen diperoleh jumlah sampel berupa para pedagang kaki lima di Kelurahan VIM Kota Jayapura sebanyak 61 responden.

Teknik analisis berbasis kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian in dimaksudkan untuk memperoleh gambaran umum pedagang kaki lima di Kelurahan VIM pada masa Covid-19, kendala-kendala yang dihadapi pedagang kaki lima di wilayah tersebut, serta upaya-upaya yang dilakukan pedagang kaki lima di wilayah tersebut untuk tetap mempertahankan usahanya selama masa pandemi (Silalahi, 2009; Sugiyono, 2012; Pendit, 2003; Widayat, 2004). Penelitian kualitatif menekankan pada pengumpulan data secara mendalam dan detail melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen; sementara aspek kuantitatif menekankan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada para pedagang kaki lima di Kelurahan VIM Kota Jayapura. Data yang terkumpul selanjutnya selanjutnya dianalisis dan diambil kesimpulan secara deskriptif.

HASIL ANALISIS

Hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian ditunjukkan dalam tabel-tabel berikut. Berdasarkan Tabel 1 diidentifikasi 13 jenis pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan sepanjang jalan di Kelurahan VIM Kota Jayapura. Para pedagang tersebut bisa dibedakan menjadi dua kelompok dagangan, yaitu kelompok kuliner yang mencakup makanan dan minuman, serta kelompok non-kuliner. Pada kelompok kuliner, mayoritas PKL berdagang kuliner lalapan sebanyak 10 orang (16,39 persen), selanjutnya adalah yang berdagang bakso sebanyak 8 orang (13,11 persen); dan, PKL lainnya adalah berdagang nasi goreng dan gorengan serta aneka kue sebanyak 5 orang (8,20 persen), berdagang martabak dan terang bulan sebanyak 4 orang (6,56 persen), serta berdagang pisang hijau dan es buah sebanyak 2 orang (3,28 persen). Sementara pada kelompok non-kuliner, mayoritas PKL berdagang pinang-sirih-kapur sebanyak 15 orang (24,59 persen), selanjutnya adalah yang berdagang aksesoris sebanyak 3 orang (4,92 persen); dan, PKL lainnya adalah berdagang keliling untuk produk baju, sol sepatu, dan permak pakaian sebanyak 2 orang (3,28 persen); serta menjual jasa mainan odong-odong sebanyak 1 orang (1,64 persen).

Berdasarkan Tabel 2 diidentifikasi mayoritas PKL di Kelurahan VIM Kota Jayapura berjualan di sepanjang Jalan Raya Abe – Kotaraja Dalam yaitu sebanyak 38 orang (62,30 persen); berikutnya di lokasi pasar tradisional Cigombong yaitu sebanyak 20 orang (32,79 persen). PKL lainnya merupakan para pedagang keliling yaitu sebanyak 3 orang (4,92 persen). Berdasarkan sifat layanan yang diberikan para PKL, Tabel 3 menunjukkan bahwa pedagang kaki lima di Kelurahan VIM mayoritas adalah pedagang menetap yaitu sebanyak 33 orang (54,10 persen), kemudian kategori sifat layanan semi-menetap sebanyak 25 orang (40,98 persen). Jumlah terkecil adalah kategori sifat layanan keliling yaitu sebanyak 3 orang (4,92 persen).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Tabel 1. Kategori PKL berdasarkan Jenis Dagangan di Kelurahan VIM

No.	Jenis Dagangan	Jumlah	Persentase
1.	Makanan dan minuman		
	• Pisang hijau dan es buah	2	3,28
	• Lalapan	10	16,39
	• Bakso	8	13,11
	• Nasi Goreng dan gorengan	5	8,20
	• Martabak dan terang bulan	4	6,56
	• Aneka kue	5	8,20
2.	Non makanan dan minuman		
	• Mainan odong-odong	1	1,64
	• Baju	2	3,28
	• Sol sepatu keliling	2	3,28
	• Permak pakaian keliling	2	3,28
	• Pedagang keliling	2	3,28
	• Aksesoris	3	4,92
	• Jualan pinang sirih kapur	15	24,59
	Jumlah	61	100,00

Sumber: Data primer (diolah), 2021.

Tabel 2. Kategori PKL berdasarkan Lokasi Usaha di Kelurahan VIM

No.	Lokasi Usaha	Jumlah	Persentase
1	Jln. Raya Abe – Kotaraja Dalam	38	62,30
2	Pasar Tradisional Cigombong	20	32,79
3	Pedagang Keliling	3	4,92
	Jumlah	61	100,00

Sumber: Data primer (diolah), 2021.

Tabel 3. Kategori PKL berdasarkan Sifat Layanan di Kelurahan VIM

No.	Sifat Layanan	Jumlah	Persentase
1	Menetap	33	54,10
2	Semi-Menetap	25	40,98
3	Keliling	3	4,92
	Jumlah	61	100,00

Sumber: Data primer (diolah), 2021.

Tabel 4. Pendapatan PKL di Kelurahan VIM Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19

No.	Bulan	Pendapatan Rata-Rata (Rp.)		Penurunan (%)
		Tahun 2019	Tahun 2020	
1.	Januari	10.450.000	3.150.000	69,86
2.	Februari	12.600.000	2.350.000	81,35
3.	Maret	15.750.000	2.000.000	87,30
4.	April	11.300.000	1.750.000	84,51
	Jumlah	50.100.000	9.250.000	81,54

Sumber: Data primer (diolah), 2021.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Berdasarkan Tabel 4 terangkum perbandingan pendapatan PKL di Kelurahan VIM sebelum dan sesudah pandemi Covid-19. Pada bulan Januari di awal pandemi, para pedagang hanya mengalami penurunan pendapatan sebesar 69,86 persen. Pada bulan-bulan berikutnya, perbandingan pendapatan terus mengalami penurunan dalam persentase yang jauh lebih besar. Untuk perbandingan pendapatan pada periode Februari terjadi penurunan pendapatan mencapai 81,35 persen; lalu penurunan pendapatan bertambah besar untuk periode Maret yaitu mencapai 87,30 persen. Pada periode Maret, perbandingan pendapatan yang diperoleh PKM di Kelurahan VIM sebelum dan sesudah pandemi mencapai 84,51 persen. Secara rata-rata, selama periode Januari sampai April, diperoleh penurunan pendapatan pedagang PKL sebesar 81,54 persen.

Pembahasan

Gambaran Pedagang Kaki Lima di Kelurahan VIM

Pandemi Covid-19 sangat berdampak pada perekonomian global, termasuk di Indonesia. Para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan satu kelompok yang terdampak paling besar oleh pandemi ini. Pedagang kaki lima (PKL) merupakan bagian dari UMKM. Secara khusus, PKL di Kelurahan VIM dibedakan menjadi dua kelompok dagangan, yaitu kelompok kuliner yang mencakup makanan dan minuman, serta kelompok non-kuliner. Pada kelompok kuliner, mayoritas berdagang kuliner lalapan, serta berdagang bakso; sementara pada kelompok non-kuliner, mayoritas berdagang pinang-sirih-kapur, serta berdagang aksesoris. Dari hasil penelitian itu diidentifikasi bahwa jenis dagangan pinang kapur sirih diminati karena memiliki nilai keunikan sebagai produk non makanan khas orang Papua. Secara total, terdapat 13 jenis produk dari pedagang kaki lima yang berjualan sepanjang jalan di kelurahan tersebut, yang menunjukkan adanya keragaman jenis produk yang ditawarkan oleh PKL di Kelurahan VIM. Dengan adanya keragaman ini, diharapkan dapat memberikan banyak pilihan bagi masyarakat yang ingin membeli barang-barang kebutuhan sehari-hari.

PKL di Kelurahan VIM umumnya memilih lokasi yang strategis dan mudah dijangkau masyarakat yaitu di sepanjang Jalan Abepura – Kotaraja Dalam, sementara sebagian di Pasar Tradisional Cigombong dan hanya sedikit yang berjualan keliling. Namun demikian, pilihan utama pengunjung adalah pasar tradisional Cigombong, sementara di pasar tersebut hanya terdapat beberapa aktivitas PKL saja. Hal ini dikarenakan adanya peraturan atau kebijakan yang mengatur jumlah PKL yang diperbolehkan berjualan di pasar tradisional tersebut. Bagaimanapun, masih ada beberapa pedagang kaki lima yang tetap berjualan di pasar tradisional itu sehingga pengunjung masih bisa menemukan variasi produk yang dijual di sana.

Berdasarkan sarana fisik berdagang, gerobak menjadi sarana dagang cukup populer di kalangan PKL di Kelurahan VIM khususnya untuk jenis dagangan seperti lalapan, bakso dan es pisang hijau. Gerobak dapat menjadi cara yang efektif dalam meningkatkan penjualan karena konsumen dapat lebih nyaman dan betah saat menikmati produk yang dijual, sehingga dapat meningkatkan peluang untuk kembali membeli produk di masa depan. Selain itu, gerobak juga memberikan fleksibilitas karena PKL dapat dengan mudah memindahkan ke lokasi yang strategis dan ramai untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Meja lebar menjadi sarana dagang yang populer bagi PKL dengan jenis dagangan seperti pinang-kapur-sirih, aksesoris, baju serta aneka kue. Dengan menggunakan meja yang lebar, pedagang dapat menampilkan produk mereka dengan lebih rapi dan terorganisir, karena tersedia ruang yang cukup bagi pedagang untuk mempersiapkan produk mereka dengan lebih efisien, sehingga dapat menarik perhatian pelanggan. Di sisi lain, pedagang dengan sifat layanan keliling memiliki keunikan tersendiri dalam sarana dagangannya;

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

dimana beberapa pedagang menggunakan kantong kresek sebagai sarana dagangannya, namun ada juga yang menggunakan wadah kotak persegi untuk meletakkan dagangannya yang digantung di leher seperti jenis dagangan mainan untuk memudahkan berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Meskipun sederhana, sarana dagangan seperti ini tetap sangat efektif bagi para pedagang keliling.

PKL di Kelurahan VIM yang berkategori kuliner memiliki waktu operasional disesuaikan dengan jadwal makan pelanggan, yaitu antara pukul 07.30 - 20.00 WIT, yang merupakan waktu yang cukup panjang untuk melayani pelanggan dari pagi hingga malam hari. Sedangkan PKL jenis non-kuliner biasanya baru mulai beroperasi menjelang sore hari, yaitu sejak pukul 17.30 WIT; dimana pola pelayanan ini cocok untuk PKL yang menjual barang atau jasa seperti pakaian ataupun aksesoris. Pedagang mainan mulai beraktivitas saat menjelang gelap karena dinilai waktu paling efisien disebabkan jenis yang disediakan berupa mainan dengan lampu kerlap-kerlip yang jelas terlihat saat gelap. Para PKL tersebut juga mayoritas memiliki sifat layanan menetap dengan menggunakan gerobak atu meja lebar, baik dari segi tempat berdagang maupun waktu berdagang yang sama setiap harinya; walau ada juga yang bersifat semi-menetap ataupun berjualan secara berkeliling.

Berdasarkan pola sebaran yang diobservasi dalam penelitian ini teridentifikasi beberapa masalah yang muncul seperti kemacetan lalu lintas dan gangguan visual bagi pengguna jalan. Selain itu, pola penyebaran yang linier ini juga dapat mengurangi estetika kota dan berdampak negatif pada pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan penataan dan pengaturan yang tepat untuk mengatasi masalah ini. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membangun lokasi khusus untuk PKL, seperti pasar atau kios yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini dapat memudahkan pengawasan dan pemberian sanksi bagi PKL yang tidak mengikuti aturan. Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan pelatihan dan bantuan modal kepada PKL yang ingin berjualan secara formal dan teratur. Dengan begitu, mereka dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan perekonomian daerah tanpa mengganggu keamanan dan kenyamanan pengguna jalan serta keindahan kota.

Permasalahan lain terkait pola sebaran ini adalah bahwa kebanyakan pedagang ingin memudahkan pelanggan untuk melihat dagangannya dan menarik perhatian mereka. Namun pola penyebaran yang terlalu padat dapat memicu persaingan yang tidak sehat dan dapat merugikan kedua belah pihak, sehingg penting untuk dimiliki regulasi yang jelas dalam hal penempatan PKL agar dapat menghindari persaingan yang tidak sehat dan memastikan bahwa setiap pedagang memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan pelanggan. Selain itu, penyebaran PKL yang terlalu padat juga dapat menimbulkan masalah keamanan dan kesehatan, seperti kebakaran atau penyebaran penyakit akibat sanitasi yang buruk. Pemerintah dan masyarakat harus bekerja sama untuk menempatkan PKL secara teratur dan terkontrol agar dapat meminimalkan risiko tersebut.

Kendala yang Dihadapi PKL di Kelurahan VIM selama Pandemi Covid-19

UMKM adalah penggerak utama perekonomian di Indonesia karena mampu menyediakan lapangan pekerjaan baru dalam jumlah yang sangat besar, hal inilah yang menjadikannya penggerak utama roda perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat (Anoraga, 2010). Dalam masa pandemi, Pemerintah akhirnya mengeluarkan sebuah kebijakan agar memutus mata rantai penyebaran Covid-19 dengan cara menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan melakukan *physical distancing* sebagai tindakan mencegah penularan antara satu sama lain. PSBB memberikan dampak negatif bagi UMKM, dikarenakan UMKM bersifat harian yang harus mengandalkan interaksi secara langsung terhadap konsumen (Astutik, 2021; Azizah *et al*., 2020).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Selama pelaksanaan pencegahan penyebaran Covid-19 dengan cara mengubah pola kerja dan budaya kerja sebagian besar bisnis di Indonesia, banyak pekerjaan ditunda dan berdampak pada penurunan produktivitas kerja (Mustajab *et al*., 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan pada PKL di Kelurahan VIM Kota Jayapura menemakan beberapa kendala yang dihadapi pada masa pandemi Covid-19. Kendala pertama adalah hasil penjualan menurun drastis (Tabel 4), dimana perubahan perilaku konsumen akibat kondisi pandemi, seperti bekerja dan belajar dari rumah, membatasi mobilitas masyarakat, sehingga mengurangi jumlah orang yang melintasi area PKL dan berpotensi menjadi pelanggan. Riset empiris Hardilawati (2020) juga menemukan bahwa penurunan omset terjadi karena adanya pembatasan sosial dan aktivitas diluar rumah yang berdampak pada berkurangnya jumlah pelanggan dan interaksi langsung dengan konsumen. Selain itu, adanya pembatasan sosial juga mengurangi daya beli masyarakat karena banyak pekerja yang terkena PHK atau pemotongan gaji, sehingga mereka lebih memilih untuk menahan pengeluaran dan mengurangi konsumsi yang tidak penting. Dalam situasi seperti ini, PKL dapat mencoba untuk menyesuaikan diri dan memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk mereka secara online atau dengan menggunakan platform *e-commerce*. PKL juga dapat mempertimbangkan untuk menawarkan diskon atau penawaran khusus untuk menarik pelanggan yang lebih hemat biaya, ataupun menawarkan layanan pesan antar atau pengiriman produk ke rumah pelanggan untuk mengatasi pembatasan mobilitas masyarakat. Selain itu, PKL juga dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan mencari pelanggan di luar area yang biasa mereka jualan, seperti melalui media sosial atau aplikasi pemesanan makanan dan minuman.

Penurunan hasil penjualan juga bisa akibat pergeseran pola konsumsi masyarakat, dimana pada masa pandemi Covid-19, masyarakat lebih memprioritaskan kebutuhan pokok seperti makanan dan alat kesehatan daripada membeli kebutuhan lainnya yang dianggap kurang penting atau bukan merupakan kebutuhan utama. Hal ini terjadi karena adanya ketidakpastian ekonomi yang membuat masyarakat lebih berhati-hati dalam pengeluaran dan memilih hanya membeli barang-barang yang benar-benar dibutuhkan. Namun, sebagai pelaku bisnis, pedagang dapat mengambil beberapa tindakan untuk mengatasi kondisi ini, misalnya dengan mengoptimalkan produk-produk yang tengah diminati oleh masyarakat saat ini. Pedagang juga bisa melakukan inovasi pada produk yang sudah ada, seperti menambahkan komponen yang dapat meningkatkan nilai dan daya tarik produk; selain juga bisa memperkuat *branding* dan promosi produk dengan cara-cara yang kreatif dan menarik perhatian masyarakat.

Kendala berikutnya yang ditemukan pada obyek penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran PKL menjadi lebih sulit pada kondisi saat ini. Karena ditengah wabah pandemi Covid-19, pengusaha Pedagang Kaki Lima dituntut untuk mengganti strategi pemasarannya dari *offline* menjadi *online* agar tetap dapat mempertahankan perekonomiannya. Hal tersebut disebabkan oleh penjualan produk tersebut bertumpu pada tatap muka secara langsung kepada konsumen atau secara *offline*, sehingga ketika kebijakan PSBB diberlakukan maka PKL mengalami kendala dalam hal pemasaran. UMKM, termasuk PKL, dipandang kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis (OECD, 2020; Hardilawati, 2020). Selama pandemi Covid-19, kegiatan pemasaran PKL tidak dapat berjalan dengan baik karena pembatasan operasional usaha serta pangsa pasar yang sepi dan berkurang akibat aturan PSBB di berbagai wilayah Indonesia, sehingga para pelaku usaha PKL harus menutup usahanya.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Kondisi sulitnya memperoleh bahan baku menjadi kendala selanjutnya yang dihadapi PKL di Kelurahan VIM. Sejak pandemi Covid-19 berlangsung, bahan baku yang dibutuhkan mengalami perlambatan melambatnya akses oleh PKL. Sulitnya memperoleh bahan baku sebagai dampak dari Covid-19 menyebabkan penurunan pendapatan oleh pelaku usaha karena berkurangnya kepercayaan masyarakat (Ihza, 2020). Kendala terakhir yang dirasakan para PKL di lokasi penelitian adalah pendanaan atau permodalan yang bermasalah, dikarenakan pandemi Covid-19 membuat pengusaha PKL mengalami penurunan permintaan produk sehingga menurunkan hasil penjualan atau jumlah pendapatan usaha, sehingga berdampak pula pada terjadinya kemacetan pembayaran kredit yang bisa mereka lakukan, dan menurunkan kadar kepercayaan lembaga keuangan untuk memberikan akses permodalan kepada mereka.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat lima kendala utama yang dihadapi pedagang kaki lima (PKL) di Kelurahan VIM pada masa pandemi Covid-19, yaitu: (a) hasil penjualan menurun drastis; (b) nilai pendapatan berkurang drastis; (c) kesulitan pemasaran karena perubahan metode dari pemasaran *offline* menjadi *online*; (d) kesulitan memperoleh bahan baku; serta, (e) pendanaan atau permodalan yang bermasalah.

Upaya yang Dijalankan PKL di Kelurahan VIM selama Pandemi Covid-19

Kelurahan VIM terletak di lokasi yang strategis, sehingga dapat menarik banyak pelanggan dari berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah penduduk dan aktivitas di sekitar Kelurahan VIM, potensi bisnis usaha juga semakin besar. Kesempatan menjadi pengusaha PKL di Kelurahan VIM seharusnya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh mereka untuk mengembangkan bisnisnya dan dapat memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka, serta membantu mengurangi angka pengangguran di daerah tersebut. Tentu saja kesempatan tersebut dimanfaatkan secara baik dengan memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, serta melakukan inovasi dan promosi yang kreatif dan menarik untuk menarik perhatian konsumen dan memperluas pangsa pasar. Dalam hal izin usaha, meskipun tidak diperlukan izin secara resmi untuk menjadi pedagang kaki lima, namun tetap perlu mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku di daerah masing-masing untuk menjaga keamanan dan kenyamanan lingkungan sekitar. Lebih jauh, ketika kondisi tidak normal seperti saat terjadi pandemi Covid-19, PKL juga harus mau berpikir dan beradaptasi dengan kondisi yang ada jika mereka ingin mempertahankan usahanya tetap hidup. Jika tidak, maka mereka dapat kembali menjadi pengangguran karena keterbatasan yang dimiliki karena tidak bisa bertahan di sektor informal ini yakni menjadi pedagang kaki lima.

Dalam penelitian diperoleh beberapa upaya yang telah dilakukan oleh PKL di Kelurahan VIM Kota Jayapura untuk mempertahankan usahanya pada masa pandemi Covid-19. Upaya pertama yaitu membuat produk baru. Membuat produk baru dilakukan oleh mereka dengan mengikuti tren seperti makanan dan minuman kekinian yaitu menambah varian produk yang dijual, yang bertujuan untuk memikat pelanggan sehingga jumlah pelanggan meningkat yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mereka. Upaya peningkatan kualitas produk dan kualitas layanan ini dapat berpengaruh positif dan signifikan dalam membentuk kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas konsumen bagi pelaku UMKM (Lestari & Agdhi, 2019; Tripayana & Pramono, 2020). Pelaku usaha dalam masa pandemi ini dinilai perlu untuk memperhatikan dimensi kualitas produk dan memperbaiki produk mereka karena dapat semakin menambah kepercayaan konsumen.

Upaya kedua yang telah mereka lakukan adalah melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain. Kerjasama promosi yang dilakukan adalah dengan meminta bantuan kepada teman,

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

kenalan atau saudara untuk bisa ikut membantu mempromosikan usahanya melalui media sosial yang mereka miliki; selanjutnya mereka akan berbagi keuntungan bila mana barang dagangan yang dipromosikan laku dijual. Pada saat pandemi, PKL di Kelurahan VIM dipaksa mulai belajar dan mengaplikasikan penjualan secara *online*. Promosi *online* merupakan salah satu bentuk dari *internet marketing*, karena dengan penggunaan internet merupakan salah satu media yang efektif untuk membangun *brand* dan membuat bisnis kita dikenal banyak orang (Sukmadi, 2020; Hardilawati, 2020). Strategi untuk bertahan adalah melakukan perdagangan secara *online* ataupun melalui *e-commerce*, mulai melakukan promosi secara digital, serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. *Digital marketing* merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai internet dan media sosial (Chaerani *et al*., 2020). Cara pemasaran secara digital yang sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha adalah dengan menggunakan media sosial seperti memasarkan produk melalui instagram, facebook, twitter, tiktok, youtube, dan lain sebagainya. Dengan harapan semakin banyak yang mempromosikan semakin banyak produk yang dikenal dan laku, karena kemampuan promosi melalui media sosial tentunya terbatas pada teman atau kontak yang dimiliki.

Upaya ketiga dari pedagang PKL adalah mereka menyatakan "jangan berhenti menjual", "hindari kepanikan atas pandemi Covid-19 ini" serta "berhenti berasumsi bahwa bisnis akan segera bangkrut karena adanya penurunan penjualan". Hal ini mereka nyatakan saat di wawancara karena disadari bahwa banyak bisnis di ambang kepanikan akibat adanya pandemi. Pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian besar UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat penurunan daya beli masyarakat (Suryani, 2021; Azimah *et al*., 2020). UMKM tetap harus menjual produk dan mencari calon pelanggan dengan berbagai cara yang dapat menarik hati mereka untuk membeli produk. Upaya terakhir adalah memberdayakan bantuan insentif dari pemerintah. Hal ini karena pemerintah juga menyiapkan deretan insentif agar usaha UMKM dapat terus bertahan di masa pandemi Covid-19 ini. Selain itu, pemerintah juga menekankan stimulus ekonomi yang harus menjangkau semua pelaku usaha kecil mikro menengah (UMKM) serta informal seperti pedagang kaki lima (PKL).

Rekomendasi akhir yang bisa dimunculkan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini adalah pada masa pandemi Covid-19, pedagang kali lima (PKL) di Kelurahan VIM harus bisa beradaptasi dan meng-*upgrade* diri untuk membiasakan bertransaksi secara *online* (*e-commerce*). Selain itu, perlu adanya dukungan dari pemerintah setempat dan pihak terkait untuk mengadakan pelatihan dan program bantuan bagi para pedagang kali lima di Kelurahan VIM dengan maksud agar mereka tidak tertinggal mengikuti perkembangan dan bisa mempertahankan usaha mereka di tengah pandemi Covid-19.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, teridentifikasi bahwa kendala-kendala yang dihadapi pedagang kaki lima di Kelurahan VIM pada masa pandemi Covid-19, yaitu penjualan menurun sehingga pendapatan berkurang drastis, pemasaran yang sulit dan berubah dari *offline* menjadi *online*, kesulitan memperoleh bahan baku, serta permasalahan permodalan. Upaya yang telah mereka lakukan untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya pada masa pandemi adalah membuat produk baru, melakukan kerjasama promosi dengan pelaku usaha lain, jangan berhenti menjual, serta bantuan insentif dari pemerintah.

Keterbatasan penelitian ini terdapat pada objek penelitian yang meliputi UMKM yang bergerak di bidang kuliner seperti pisang hijau dan es buah, lalapan, bakso, nasi goreng dan gorengan, martabak dan terang bulan, dan aneka kue; sedangkan untuk non-kuliner berupa mainan

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

odong-odong, baju, sol sepatu keliling, permak pakaian keliling, pedagang keliling, aksesoris, dan pinang sirih kapur. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup pada sampel UMKM yang bergerak di jenis usaha lain seperti pedagang ikan, sayur-sayuran dan lain sebagainya yang ada di pasar tradisional Kelurahan VIM. Selain itu, penelitian berikutnya dapat mengkaji tentang aktivitas para pedagang secara e-*commerce* di Kelurahan VIM.

REFERENSI

Affandi, A., Sarwani, Sobarna, A., Erlangga, H., Siagian, A. O., Purwanto, A., Effendy, A. A., Sunarsi, D., Wicaksono, W., Suyatin, Ariyanti, E., Wahyitno, Manik, C. D., Juhaeri, & Gunartin. (2020). Optimization of MSMEs empowerment in facing competition in the global market during the COVID-19 pandemic time. *Systematic Reviews in Pharmacy*, *11*(11), 1506-1515. http://dx.doi.org/10.31838/srp.2020.11.213.

Afrizal, S., & Dewi, P. T. (2021). Dampak Covid-19 pada pedagang kaki lima (PKL) di Kota Serang. *Jurnal Sosiologi Nusantara, 7*(2), 279-298. https://doi.org/10.33369/jsn.7.2.279-298.

Amirullah. (2013). *Metodologi penelitian manajemen*. Bayu Media.

Andriani, R., & Marlina, L. (2020). Peran satuan polisi pamong praja dalam meningkatkan ketertiban pedagang kaki lima. *Pro Patria: Jurnal Pendidikan, Kewarganegaraan, Hukum, Sosial, dan Politik, 3*(2). https://doi.org/10.47080/propatria.v3i2.984.

Anoraga, P. (2010). *Manajemen bisnis*. Rineka Cipta.

Astuti, S. A. D. (2021). Dampak Covid-19 terhadap ketenagakerjaan dan UMKM di Mojokerto. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *1*(9), 1775-1778. https://doi.org/10.47492/jip.v1i9.236.

Astutik, Y. (2021). PSBB membuat aktivitas UMKM melambat di kuartal IV-2020. cnbc indonesia, edisi 18 Februari. https://www.cnbcindonesia.com/market/20210218130350-17-224294/psbb-membuat-aktivitas-umkm-melambat-di-kuartal-iv-2020.

Azimah, R. N., Khasanah, I. N., Pratama, R., Azizah, Z., Febriantoro, W., & Purnomo, S. R. S. (2020). Analisis dampak Covid-19 terhadap sosial ekonomi pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, *9*(1), 59–68. https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485.

Budiman, I. (2021). Analisis potensi perekonomian pedagang kaki-lima di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, 12*(2), 184-199. https://doi.org/10.33059/jseb.v12i2.3043.

Chaerani, D., Talytha, M.N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada masa pandemi Covid-19 menggunakan analisis media sosial dalam upaya peningkatan pendapatan. *Dharmakarya*, *9*(4). 275-282. https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941.

Ducharme, J. (2020). World Health Organization declares COVID-19 a "pandemic" here's what that means. *Time*, edisi 11 Maret. https://time.com/5791661/who-coronavirus-pandemic-declaration/.

Fadila, R. U. (2020). 1.785 koperasi dan 163.713 UMKM terdampak pandemi Covid-19. *Pikiran-rakyat*, edisi tanggal 09 Mei. https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01379615/1785-koperasi-dan-163713-umkm-terdampak-pandemi-covid-19.

Firdaus, S. A., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D, & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi Covid-19 pada saat new normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, *5*(1), 46–62. https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62.

Haki, U., & Komarudin, M. (2022). Dampak Covid-19 terhadap kondisi sosial eko nomi pedagang kaki lima di Stadion Maulana Yusuf Ciceri Kota Serang. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *2*(1), 245-255. https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.96.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid–19 terhadap perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, *2*(1), 146-153. https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycouns/article/view/423.

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, *10*(1), 89-98. https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934.

Husna, Y. N., Lailiyah, K., & Kurniawan, D. D. (2021). Regulasi pemerintah dan upaya KPK mencegah korupsi dalam perspektif akuntansi forensik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, *8*(1), 79-88. https://doi.org/10.51792/jeb.Vol8.Jeb01.56.

Ihza, K. (2020). Dampak Covid-19 terhadap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (Studi kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian*, *1*(7), 1325-1330. https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.268.

Jumhur, J. (2015). Model pengembangan pedagang kaki lima (PKL) kuliner di Kota Singkawang. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, *4*(1), 125-139. http://dx.doi.org/10.26418/jebik.v4i1.11464.

Katz, R., & Jung, J. (2022). The role of broadband infrastructure in building economic resiliency in the United States during the Covid-19 pandemic. *Mathematics*, *10*(16), 2988. https://doi.org/10.3390/math10162988.

Khaeruddin, G., Nawawi, K., & Devi, A. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemi Covid-19 (Studi kasus pedagang kaki lima di Desa Bantar Jaya Bogor). *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *5*(4), 86-101. http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1264.

Lestari, S. P., & Agdhi, K. R. (2019). The effect of product quality toward interest in buying UMKM products in Tasikmalaya City. *JOBS (Jurnal of Business Studies)*, *5*(2), 95-102. http://dx.doi.org/10.32497/jobs.v5i2.1710.

Manuel, T., & Herron, T. L. (2020). An ethical perspective of business CSR and the Covid-19 pandemic. *Society and Business Review*, *15*(3), 235-253. https://doi.org/10.1108/SBR-06-2020-0086.

Manutur, R. A., Mangindaan, J. V., & Mukuan, D. D. S. (2021). Dampak pandemi Covid-19 bagi usaha rumah makan Selera Laut. *Productivity*, *2*(4), 304-308. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/34898.

Mustajab, D., Bauw, A., Rasyid, A., Irawan, A., Akbar, M. A., & Hamid, M. A. (2020). Working from home phenomenon as an effort to prevent Covid-19 attacks and its impacts on work productivity. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, *4*(1), 13-21. https://doi.org/10.20473/tijab.v4.i1.2020.13-21.

Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.

OECD. (2020). *SME policy responses*. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x &title=Covid-19_SME_Policy_Responses.

Pendit, P. L.S. (2003). *Penelitian ilmu perpustakaan dan informasi: Suatu pengantar diskusi epistemologi dan metodologi*. JIP-FSUI.

Prasetya, S. G., & Wardhani, Y. (2018). Analisis dampak ekonomi pedagang kaki lima di Kota Bogor dengan pendekatan input-output analysis. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, *10*(2), 100-119. https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v10i2.27790.

Putri, L. S. Y., & Choiriyah, I. U. (2021). Analysis of the socio-economic impact of the presence of street vendors. *Indonesian Journal of Public Policy Review*, *14*(April), 1-5. https://doi.org/10.21070/ijppr.v14i0.1133.

Rajkumar, R. P. (2020). Covid-19 and mental health: A review of the existing literature. *Asian Journal of Psychiatry*, *52*(August), 102066. https://doi.org/10.1016%2Fj.ajp.2020.102066.

Rifa'i, B. (2013). Efektivitas pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) krupuk ikan dalam program pengembangan labsite pemberdayaan masyarakat Desa Kedung Rejo

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, *1*(1), 130-136. http://journal.unair.ac.id/KMP@efektivitas-pemberdayaan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-(umkm)-krupuk-ikan-dalam-program-pengembangan-labsite-pemberdayaan-masyarakat--desa-kedung-rejo-article-4600-media-138-category-8.html.

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)***,** *4*(2), 137-146. http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952.

Sasongko, D. (2020). UMKM bangkit, ekonomi Indonesia terungkit. www.djkn.kemenkeu.go.id, edisi 24 Agustus. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html.

Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, *2*(1), 117-127. https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65.

Silalahi, U. (2009). *Metode penelitian sosial*. PT. Refika Aditama.

Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, *19*(1), 76-86. https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575.

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D.* Alfabeta.

Sukmadi. (2020). *Inovasi dan kewirausahaan*. Humaniora Utama Press.

Suryani, E. (2021). Analisis dampak Covid-19 terhadap UMKM: Studi kasus home industri klepon di Kota Baru Driyorejo. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *1*(8), 1591-1596. https://dx.doi.org/ 10.47492/jip.v1i8.272.

Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Herikurniawan, H., Sinto, R., Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E. J., Chen, L.K., Widhani, A., Wijaya, E., Wicaksana, B., Maksum, M., Annisa, F., Jasirwan, C. O. M., & Yunihastuti, E. (2020). Coronavirus disease 2019: Tinjauan literatur terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indone*sia, *7*(1), 45-67. https://doi.org/10.7454/jpdi.v7i1.415.

Taufik & Ayuningtyas, E. A. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on business and online platform existance. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 22(1), 21–32. http://dx.doi.org/ 10.33370/jpw.v22i1389.

Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). Kualitas produk, pelayanan, dan loyalitas pelanggan dimana kepuasan sebagai variabel intervening pada UKM start up pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*, *2*(2), 182-195. https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2266.

Widayat. (2004). *Metode penelitian pemasaran, aplikasi software SPSS*. UMM Press.

Yunus, N. R., & Rezki, A. (2020). Kebijakan pemberlakuan lock down sebagai antisipasi penyebaran corona virus Covid-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-i, 7*(3), 227-238. https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15083.

Yuwono. L., Fadillah, M. E., Indrayani, M., Maesarah, W., Ramadhan, A., & Panjaitan, F. (2021). Klasifikasi pendapatan pedagang kaki lima dan pelaku usaha online akibat dampak Covid-19 menggunakan metode naïve bayes. *Bulletin of Applied Industrial Engineering Theory*, *2*(1), 1-6. https://jim.unindra.ac.id/index.php/baiet/article/view/3947.