

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran tentang strategi bertahan dan strategi pemulihan Usaha Kecil Menengah (UKM) bidang kuliner pada masa pandemi Covid-19 di Kota Kisaran tahun 2021.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Bertahan dan Strategi Pemulihan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Kuliner Pada Masa pandemi Covid-19 di Kota Kisaran Tahun 2021 dapat disimpulkan bahwa:

1. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran mengalami penurunan permintaan pada penjualan usaha serta bahan baku yang mahal akibat pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pandemi Covid-19 mengakibatkan sebanyak 75% pelaku usaha di Kota Kisaran menjalankan usaha dengan menjual produk yang sama, sedangkan sebanyak 25% pelaku usaha lainnya menjalankan usahanya dengan menambah variasi produk guna menarik pembeli dan meningkatkan omset penjualan.
2. Beberapa strategi terkait dengan tenaga kerja yang digunakan oleh UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran untuk mempertahankan usaha selama masa pandemi Covid-19. Sebanyak 13,33% pelaku usaha membuat SOP baru untuk *handling* dan distribusi produk. Sebanyak 78,33% pelaku usaha melakukan penyesuaian fungsi dan jam kerja. Studi ini juga menemukan sebanyak 6,67% pelaku usaha merumahkan karyawan, dan sebanyak 1,67% pelaku usaha melakukan pemotongan gaji pekerja agar usaha dapat bertahan selama masa

pandemi Covid-19. Strategi lainnya yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya adalah sebanyak 73,33% pelaku usaha mempertahankan karyawan dengan bekerja seperti biasa dan mendapat gaji penuh, sebanyak 3,33% pelaku usaha menjadikan karyawan bekerja paruh waktu, sebanyak 8,33% pelaku usaha tidak memberikan THR terhadap karyawan, dan sebanyak 15% pelaku usaha melakukan PHK terhadap sebagian karyawan.

3. Strategi lain yang digunakan oleh UMKM untuk mempertahankan usahanya adalah mendanai usahanya dengan meminjam dana dari beberapa macam institusi keuangan. Hasil penelitian menemukan bahwa sebanyak 5% pelaku usaha meminjam kredit usaha di koperasi, sebanyak 11,67% meminjam kredit usaha di bank, dan sebanyak 3,33% meminjam kredit usaha di BPR. Jumlah pelaku usaha yang tidak ada kredit usaha lebih banyak jika dibandingkan dengan para pelaku usaha yang memiliki kredit usaha. Pelaku usaha tidak secara keseluruhan memiliki modal usaha sendiri, sehingga dengan memiliki kredit usaha mereka tetap dapat mempertahankan usahanya dimasa pandemi Covid-19.
4. Strategi usaha lainnya yang digunakan oleh UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran untuk mempertahankan usahanya adalah dengan melakukan inovasi atau mengganti jenis produk yang dijual. Hasil penelitian ini menemukan ada sebanyak 3,33% pelaku usaha tetap menjalankan usaha yang sudah ada dan akan membuka usaha lain. Sebanyak 48,33% pelaku usaha tidak memiliki rencana untuk mengganti usaha lain, dan sebanyak 48,33% melakukan inovasi

baru pada usaha yang telah dijalankan. Jumlah pelaku usaha yang tetap menjalankan usaha yang sudah ada dan membuka usaha lain lebih sedikit dibandingkan dengan para pelaku usaha yang tidak memiliki rencana mengganti usaha lain. Jumlah pelaku usaha yang melakukan inovasi baru pada usaha yang telah dijalankan seimbang, dikarenakan para pelaku usaha tetap ingin mempertahankan usahanya dimasa pandemi Covid-19.

5. Beberapa strategi yang digunakan oleh UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran untuk melakukan pemulihan usahanya pada masa pandemi Covid-19. Strategi pemulihan yang digunakan yaitu terkait dengan pemanfaatan kebijakan pemerintah daerah yang ditujukan untuk membantu pemulihan usaha bagi UMKM. Pemerintah daerah Kisaran memiliki upaya dalam membantu UMKM dengan cara memberi tempat yang strategis bagi para pelaku UMKM agar dapat membantu meningkatkan penjualan yang sedang mengalami penurunan. Hasil penelitian menemukan ada sebanyak 35% pelaku usaha menyatakan menerima manfaat kebijakan pemerintah tersebut, sebanyak 65% pelaku usaha menyatakan tidak menerima manfaat dari kebijakan yang dibuat oleh pemerintah daerah. Hasil penelitian menemukan bahwa ada sebanyak 11,67% pelaku usaha menyatakan terbantu dari adanya bantuan program pemerintah. Sebanyak 23,33% pelaku usaha yang menyatakan mereka tidak mengandalkan bantuan program pemerintah, dan sebanyak 65% pelaku usaha menyatakan tidak menerima program bantuan pemerintah.
6. Strategi pemulihan lainnya yang digunakan oleh pelaku UMKM di Kota Kisaran adalah dengan menggunakan pemasaran secara daring. Penelitian ini

menemukan bahwa pemasaran yang dilakukan secara daring mempengaruhi pendapatan dan keuntungan terhadap penjualan. Sebanyak 46,67% pelaku usaha menyatakan bahwa penjualan secara daring berpengaruh terhadap penjualan, dan sebanyak 53,33% pelaku usaha menyatakan penjualan secara daring tidak mempengaruhi pendapatan dan keuntungan.

7. Strategi lainnya yang digunakan untuk melakukan pemulihan usaha adalah melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini menemukan bahwa sebanyak 81,67% pelaku usaha menyatakan bahwa promosi usaha yang dilakukannya berpengaruh terhadap penjualan, dan pelaku usaha yang menyatakan bahwa promosi tidak ada pengaruhnya terhadap penjualan sebanyak 18,33%. Selain promosi strategi lain yang digunakan adalah pemberian diskon sangat berpengaruh terhadap penjualan ada sebanyak 66,67% dan yang menyatakan tidak berpengaruh ada sebanyak 33,33%.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu responden pelaku UMKM hanya dari satu bidang yaitu kuliner di Kota Kisaran. Sehingga mungkin akan berbeda kondisinya untuk pelaku UMKM di wilayah lain dan di bidang UMKM lainnya. Sangat diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan bidang dan wilayah UMKM yang berbeda.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan peneliti, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran diharapkan menambah variasi produk guna menarik pembeli dan meningkatkan omset penjualan, tanpa merubah produk yang sudah ada.sebelumnya
2. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran diharapkan menerapkan beberapa strategi terkait dengan tenaga kerja yang digunakan oleh UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran untuk mempertahankan usaha selama masa pandemi Covid-19.
3. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran diharapkan menggunakan strategi lain untuk mempertahankan usahanya yaitu mendanai usahanya dengan meminjam dana dari beberapa macam institusi keuangan.
4. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran diharapkan untuk mempertahankan usahanya dengan melakukan inovasi atau mengganti jenis produk yang dijual.
5. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran diharapkan untuk melakukan pemulihan usahanya pada masa pandemi Covid-19. Strategi pemulihan yang digunakan yaitu terkait dengan pemanfaatan kebijakan pemerintah daerah yang ditujukan untuk membantu pemulihan usaha bagi UMKM. Pemerintah daerah Kisaran memiliki upaya dalam membantu UMKM dengan cara memberi tempat yang strategis bagi para pelaku UMKM agar dapat membantu meningkatkan penjualan yang sedang mengalami penurunan.
6. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran diharapkan untuk menggunakan pemasaran secara daring.

7. UMKM bidang kuliner di Kota Kisaran diharapkan untuk melakukan pemulihan usaha dengan melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan.



DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, I. W., & Suhaeni, T. (2017). Pengaruh Kepemimpinan Stratejik Terhadap Strategi Bersaing UKM Cafe dan Restoran. *Jurnal Riset Bisnis & Investasi* Vol. 3, No.3.
- Azhari Fadilla, Mawardi dan Muhammad Kholid., (2018), Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 59 No. 1, Malang.
- Baskara. (2020). *Journal of Business & Entrepreneurship*.
- Bismala, & Lila. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektifitas Usaha Kecil Menengah. *Journal Entrepreneur and Entrepreneurship*, Vol. 5 No. 1.
- BPS Kabupaten Asahan. (2020). Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://asahankab.bps.go.id/publication>
- Cahyani, D. R. (2020). *Bisnis Tempo*. Retrieved from Tempo: <https://bisnis.tempo.co/read/1344540/47-persen-umkm-bangkrut-akibat-pandemi-corona>
- Dewi, Septiana Novita, Nuzuli, Taupiq., (2017), Peran Promotional Mix Variabel Moderasi Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Pesaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada Ukm Rumah Makan Di Kabupaten Sragen). *Jurnal Bidang Ilmu Ekonomi* Vol. 12 No. 2 (2017): Hal. 140-152, Ponorogo.

- Djodjono, Cynthia Vanessa, Tawas dan Hendra, N., (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal Bidang Ilmu Ekonomi* Vol 10 No 3 (2017), Bandung.
- Fadilla Azhari, M. K. (2018). Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 59 No. 1.
- Fatimah, F., (2018), Strategi Kreatif UMKM Kerajinan Tangan Di Era Digital Pada Wilayah Kabupaten Jember. *Jurnal Unmuh Ember Prosiding Ekonomi Kreatif di Era Digital* Vol 1, No 1, Jember.
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Journal of Business and Entrepreneurship* Vol. 2 No.2, 83-92.
- Hanum, A. N., & Sinararsi, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM (studi kasus UMKM di wilayah kota Semarang). *Vol. 1 No. 1*, 1-15.
- Hamid Edy Suandi dan Susilo Y. Sri . (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 12, Nomor 1, Juni 2011, hlm.45-55
- Hadiwardoyo, W., (2020), Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol 2, No 2, April 2020, Jakarta.
- Hatta, Iha Haryani (2014), Analisis Pengaruh Inovasi, Pengambilan Resiko, Otonomi, Dan Reaksi Proaktif Terhadap Kapabilitas Pemasaran UKM

- Kuliner Daerah di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014. Hal. 90-96, Surabaya.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM (studi kasus UMKM di wilayah kota Semarang). *Maksimum*, Vol.1(No. 1), 1–15.
- Hardilawati, W. L. (2020), Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 1(1), Pekanbaru.
- Hermansah. (2020). Simak Strategi Bertahan Bagi UKM hadapi krisis akibat Covid-19. *Alinea*. <https://www.alinea.id/bisnis/strategi-bertahan-bagi-ukm-hadapi-krisis-akibat-covid-19-b1ZLs9tpp>, Indonesia.
- Hunger, J. D., & Wheelen, I. T. (2001). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.
- Kalangi, Maggie Margareth, (2017), Orientasi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Bisnis (Studi Pada UMKM Rumah Makan Di Kota Tomohon). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol 5, No.1, 2017: 1-18, Manado.
- Latifiana, Dwi, Pardede dan Nelson (2013), Penerapan Analisis Strategi Umkm-Rumah Makan Masakan Padang “EPG” Di Solo Raya. *Jurnal Gaung Informatika*.Volume 9. Nomor 3. Oktober 2016. ISSN: 2086-4221. Surakarta.
- Learned, Christensen (1965), *Business policy: Text and Cases, Homewood*: Richard D. Irwin.

- Ling, Ay (2013)., “Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya)”. *Agora* Vol. 1, No. 1, Surabaya.
- Narto, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Mikro Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri* Vol. 6 No.1, 48-54.
- Noor, Laili Savitri, dkk (2018), Inovasi UMKM Boga Tradisional dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis* Vol 2 (1) hal: 70-83. Jakarta.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), (2020), Indonesia dapat Meningkatkan Ketahanan Pangan melalui Penanaman Modal, Perdagangan dan Reformasi Subsidi <http://www.oecd.org/indonesia/menu-rut-oecd-indonesia-dapat-meningkatkan-ketahanan-pangan-melalui-penanaman-modal-perdagangan-dan-reformasi-subsidi-htm>
- Pakpahan, A. K. (2020)., Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.
- Rangkuti, F. (2002). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (3 ed.). Jakarta: Gramedia Utama.
- Rivai, Abdul & Prawironegoro, Darsono. 2014. Manajemen Strategis. *Mitra Wacana Media*. Jakarta.
- Setiono, B. A. (2020). *Strategi Bertahan Bagi UMKM Hadapi Krisis Akibat Covid-19*. Surabaya: Universitas Hang Tuah.

- Setyawati, & Abrilia, H. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survei pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Fokus Bisnis Vol. 12 No.2*.
- Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. *Media Indonesia*, Jawa Timur.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2011). Starategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN.
- Sri Susilo, Y., dan Krisnadewara, P.D (2007), Strategi Bertahan Industri Kecil Pasca gempa Bumi di Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9 No. 2, Juni 2007, hal. 127– 146.
- Undang-Undang UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah.
- Wan, L.H., (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10 No. 1, Juni 2020.

LAMPIRAN

Kata Pengantar Kuisiner

Perkenalkan, nama saya Rut Gloria Nabasah Sitorus. Dalam rangka penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya. Sebagai peneliti bertujuan menyampaikan kuisiner penelitian mengenai “Strategi Bertahan dan Strategi Pemulihan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Kisaran Tahun 2021”. Adapun responden dalam penelitian ini sebagaimana sesuai dengan judul penelitian ini ada para pengusaha maupun pedagang di kota kisaran pada bidang kuliner.

Hasil dari kuisiner penelitian ini akan digunakan sebagai bahan untuk menyusun tugas akhir tugas pada program sarjana jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atmajaya Yogyakarta. Sehubungan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan bantuan dan kerjasama bapak/ibu untuk menjawab kuisiner penelitian yang saya buat ini. Informasi dan data yang diberikan sangat bermanfaat bagi saya dan juga menambah wawasan saya untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ini dalam masa pandemi Covid-19 ini. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kejujuran dan kesungguhan bapak/ibu untuk menjawab setiap kuisiner penelitian ini. Atas waktu dan kerjasamanya saya mengucapkan terimakasih.

Kisaran, Asahan, November 2020

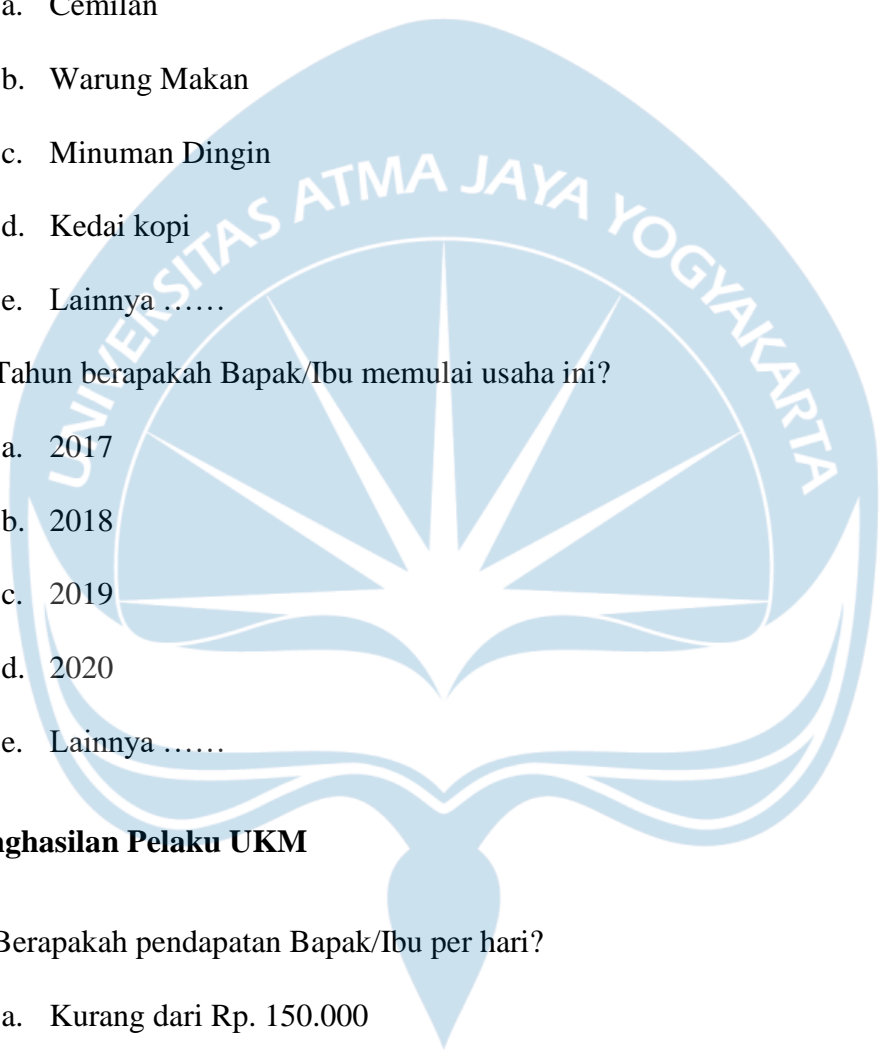
Rut Gloria Sitorus

Nomor Responden :

Tanggal Wawancara :

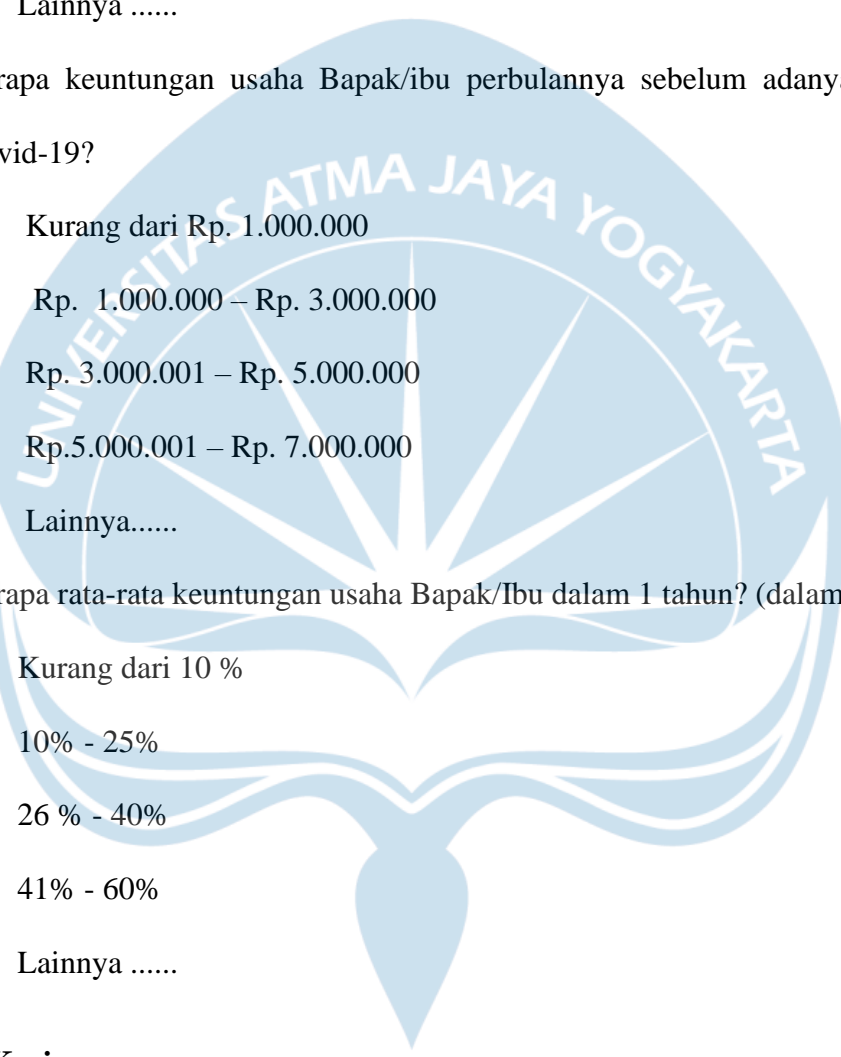
Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
4. Alamat :
5. Pendidikan Terakhir :
 - a. Tidak Pernah Sekolah
 - b. SD
 - c. SMP
 - d. SMA
 - e. Perguruan Tinggi
6. Kota/Kelurahan :
7. Status Perkawinan :
 - a. Kawin
 - b. Belum Kawin
 - c. Janda/Duda/Cerai

- 
8. Jumlah Anggota keluarga yang ditanggung (yang belum atau tidak bekerja).....orang
9. Jenis Usaha :
- a. Cemilan
 - b. Warung Makan
 - c. Minuman Dingin
 - d. Kedai kopi
 - e. Lainnya
10. Tahun berapakah Bapak/Ibu memulai usaha ini?
- a. 2017
 - b. 2018
 - c. 2019
 - d. 2020
 - e. Lainnya

Penghasilan Pelaku UKM

1. Berapakah pendapatan Bapak/Ibu per hari?
- a. Kurang dari Rp. 150.000
 - b. Rp. 150.000 – Rp. 300.000
 - c. Rp. 300.001 – Rp. 450.000
 - d. Rp. 450.001 – Rp. 600.000
 - e. Lainnya
2. Berapakah rata-rata pendapatan Bapak/Ibu per bulannya?
- a. Kurang dari Rp. 3.000.000

- 
- b. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000
- c. Rp. 4.000.001 – Rp. 5.000.000
- d. Rp. 5.000.001 – Rp. 6.000.000
- e. Lainnya
3. Berapa keuntungan usaha Bapak/ibu perbulannya sebelum adanya pandemi Covid-19?
- a. Kurang dari Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
- c. Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000
- d. Rp.5.000.001 – Rp. 7.000.000
- e. Lainnya.....
4. Berapa rata-rata keuntungan usaha Bapak/Ibu dalam 1 tahun? (dalam %)
- a. Kurang dari 10 %
- b. 10% - 25%
- c. 26 % - 40%
- d. 41% - 60%
- e. Lainnya

Jam Kerja

1. Berapakah jumlah jam kerja Bapak/Ibu secara rutin setiap hari sebelum adanya pandemi Covid-19?
- a. 6 jam
- b. 7 – 8 jam
- c. 9 – 10 jam

- d. 11 – 12 jam
 - e. Lainnya
2. Apakah usaha Bapak/Ibu mengalami jumlah perubahan jam kerja setelah adanya pandemi Covid-19?
- a. Ya
 - b. Tidak

Jika Ya, berapakah jumlah perubahan jam kerja tersebut?

- a. 1 – 2 jam
 - b. 3 – 4 jam
 - c. 5 – 6 jam
 - d. 7 jam
 - e. Lainnya
3. Apakah jam kerja mempengaruhi omset usaha yang Bapak/Ibu dapatkan pada masa pandemi Covid-19 ?
- a. Sama sekali tidak mempengaruhi omset usaha
 - b. Sangat mempengaruhi omset usaha
 - c. Sama seperti sebelum terjadi pandemi Covid-19

Strategi Bertahan UKM

1. Apa dampak yang Bapak/Ibu rasakan akibat pandemi Covid-19?
- a. Permintaan turun
 - b. Bahan baku mahal
 - c. Permodalan sulit

- d. Bahan baku sulit di peroleh
 - e. Lainnya
2. Bagaimana dampak terhadap penjualan usaha Bapak/Ibu akibat pandemi Covid-19?
- a. Lebih tinggi daripada sebelum pandemi Covid-19
 - b. Sama seperti sebelum terjadi pandemi Covid-19
 - c. Menurun antara 10-70 %
 - d. Tidak ada penjualan sama sekali di awal pandemi
3. Apakah dengan adanya pandemi Covid-19 Bapak/Ibu memilih untuk tetap menjual produk yang sama atau memilih mengganti dengan produk yang baru?
- a. Tetap menjual produk yang sama
 - b. Mengganti produk jualan yang baru
 - c. Tetap menjual produk yang sama dan akan menambahkan variasi produk
4. Bagaimana cara Bapak/Ibu menyikapi pandemi Covid-19 demi mempertahankan usaha ?
- a. Membuat SOP baru untuk handling dan distribusi produk
 - b. Melakukan penyesuaian fungsi dan jam kerja
 - c. Merumahkan karyawan
 - d. Memotong gaji pekerja
5. Bagaimana upaya yang Bapak/ibu lakukan untuk menjaga keuangan usaha dari sisi upah karyawan?
- a. Tidak ada, karyawan bekerja seperti biasa dan mendapat gaji penuh
 - b. Karyawan dijadikan pekerja *part time*

- c. Melakukan PHK untuk sebagian karyawan, (harap sebutkan bagian apa)
 - d. Karyawan tidak menerima THR
6. Apakah saat ini Bapak/Ibu memiliki kredit untuk usaha?
- a. Tidak ada
 - b. Koperasi
 - c. Bank
 - d. BPR
7. Apakah Bapak/Ibu memiliki rencana atau telah menjalankan usaha lain pada masa pandemi Covid-19, selain usaha yang Bapak/Ibu tekuni selama ini?
- a. Tetap menjalankan usaha yang sudah dan akan membuka usaha lain
 - b. Tidak memiliki rencana untuk mengganti usaha lain
 - c. Mengganti usaha lain
 - d. Melakukan inovasi baru pada usaha yang telah dijalankan

Peran Pemerintah

1. Apakah Bapak/Ibu mengetahui program bantuan pemerintah melalui program UMKM?
- a. Mengetahui dan tertarik mengikuti program tersebut
 - b. Mengetahui dan tidak tertarik mengikuti program tersebut
 - c. Tidak mengetahui dan tertarik mengikuti program tersebut
 - d. Tidak mengetahui dan tidak tertarik mengikuti program tersebut
2. Apakah Bapak/Ibu sudah memenuhi syarat untuk mendapatkan program bantuan pemerintah melalui program UMKM?
- a. Ya

b. Tidak

Jika Ya, apakah persyaratan tersebut memberatkan Bapak/Ibu atau pelaku usaha UMKM lainnya?

3. Selain program UMKM, apakah ada bantuan program tambahan lainnya dari pemerintah yang Bapak/Ibu tahu dan terima?

a. Ya

b. Tidak

Jika Ya, apakah nama program tersebut?

4. Bagaimana dampak bantuan program dari pemerintah bagi perekonomian usaha Bapak/Ibu?

a. Sangat terbantu dalam permodalan usaha

b. Kurang terbantu karena nilainya masih kurang dalam permodalan usaha

c. Biasa saja karena tidak mengandalkan bantuan program pemerintah

d. Lainnya

Strategi Pemulihan UKM

1. Apakah ada kebijakan pemerintah daerah bagi UMKM seperti memberi tempat yang strategis bagi pelaku UMKM?

a. Ya

b. Tidak

Jika Ya, bagaimana dampaknya bagi penjualan pada usaha tersebut?

a. Sangat terbantu karena pendapatannya meningkat

- b. Biasa saja karena nilai yang dihasilkan tidak mengalami perubahan
 - c. Kurang membantu karena nilai penjualan berkurang
2. Bagaimana cara menjual dan memasarkan produk selama pandemi Covid-19?
- a. *Offline*
 - b. *Offline dan online*

Bagaimana pengaruh jasa *online* terhadap penjualan usaha Bapak/Ibu?

- a. Sangat mempengaruhi pendapatan dan keuntungan
 - b. Biasa saja karena tidak mempengaruhi pendapatan dan keuntungan
 - c. Lainnya
3. Apakah usaha Bapak/Ibu menggunakan strategi promosi untuk meningkatkan penjualan?
- a. Ya
 - b. Tidak

Jika Ya, bagaimana pengaruh pendapatan dan keuntungan penjualan Bapak/Ibu menggunakan strategi promosi?

- a. Sangat berpengaruh
 - b. Biasa saja
 - c. Kurang
4. Apakah usaha Bapak/Ibu menggunakan strategi diskon untuk meningkatkan penjualan?
- a. Ya
 - b. Tidak

Jika Ya, bagaimana pengaruh pendapatan dan keuntungan penjualan Bapak/Ibu menggunakan strategi promosi?

- a. Sangat berpengaruh
- b. Biasa saja
- c. Kurang

