

PERBEDAAN OMZET PENJUALAN UMKM SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA

Marce Sherly Kase¹⁾, Natalia Lily Babulu²⁾, dan Paulina Rosna Dewi Redjo³⁾

^{1,2,3}Ekonomi Pembangunan, Universitas Timor

^{1,2,3}Jl. Eltari Km.9, Kota Kefamenanu, 85614

E-mail : kase.sherly@unimor.ac.id¹⁾, lily4@unimor.ac.id²⁾, dan dewiredjo@unimor.ac.id³⁾

ABSTRAK

Pada masa pandemi Covid-19 yang melanda seluruh belahan dunia memberikan dampak negatif bagi pertumbuhan ekonomi, proyeksi ekonomi global tumbuh minus pada angka 3% berdasarkan data dari IMF tahun 2020. Kegiatan ekonomi di Indonesia menjadi terhambat sebagai akibat dari PPKM, para pelaku UMKM di Indonesia mengalami penurunan pendapatan, yang pada tahun 2018 sektor UMKM mampu menyumbang 6,41 persen bagi PDB. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan omzet penjualan UMKM sebelum dan selama pandemi Covid-19 di Kabupaten Timor Tengah Utara. Data penelitian di peroleh dari Informan berjumlah 31 pelaku UMKM terbagi dalam 13 kategori bidang usaha. Teknik pengumpulan data meliputi 4 tahap yaitu wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup transformasi data awal, penyajian data, dan simpulan atau verifikasi. Hasil pengamatan di lapangan berdasarkan wawancara dengan para informan menunjukkan bahwa terjadi perbedaan omzet penjualan sebelum dan selama pandemi Covid-19, sebanyak 80% pelaku UMKM dalam bidang usaha kios sembako, lapak sayur, lapak barang pecah belah, swalayan, rumah makan, jasa transportasi, jasa fotokopi, jasa *taylor*, jasa mebel, jasa fotografi, jasa salon kecantikan, jasa kos-kosan, jasa rental komputer dan jasa agribisnis yang mengalami penurunan omzet penjualan dan keuntungan usaha sebesar 85-90% selama masa pandemi covid-19.

Kata Kunci: Omzet Penjualan, UMKM Kabupaten TTU, Pandemi Covid-19.

1. PENDAHULUAN

Salah satu negara berkembang yang mengalami guncangan ekonomi saat pandemi Covid-19 adalah Indonesia, guncangan tersebut antara lain angkatan kerja yang sulit dalam mencari pekerjaan, kesusahan dalam pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari dan juga kesusahan yang melanda pada semua sektor perekonomian (Sugiri, 2020).

Pandemi Covid-19 yang awal terjadi pada April 2020 memberikan dampak yang tidak hanya pada sektor manufaktur tetapi juga pada sektor UMKM yang perkembangannya mencapai 64,19 juta yang mendominasi keseluruhan sektor usaha (Bahtiar, 2021). Berbagai dampak yang terjadi akibat pandemi Covid-19 yang mengganggu ketahanan ekonomi dunia.

Situasi krisis seperti ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi melemah di belahan dunia. Lembaga *International Monetary Fund* (IMF) memproyeksikan ekonomi global tumbuh minus di angka 3%. Realisasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada kuartal kedua tercatat mengalami minus 5,32% (Bisnis.com). Berdasarkan data BPS tahun 2020 mengumumkan terjadi kontraksi Q2 2020 lebih dalam dari prediksi Kemenkeu yang berada di kisaran 3,8 %. BPS juga mencatat sebagian besar sektor termasuk UMKM mengalami pertumbuhan negatif.

Diberlakukannya PPKM yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 memberikan dampak pertumbuhan

ekonomi pada UMKM yang terindikasi tidak bisa melanjutkan usahanya. Pembatasan yang dilakukan paling sedikit berdampak pada kegiatan belajar mengajar yang tidak terlaksana secara tatap muka, terbatasnya kegiatan perkantoran dan kegiatan keagamaan, atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Dikhawatirkan adanya PPKM, maka terjadi gangguan pada aktivitas ekonomi terutama produksi, distribusi, dan penjualan yang pada akhirnya berkontribusi pada kinerja UMKM dan perekonomian nasional. Hal ini akan memunculkan kekhawatiran dengan melihat jumlah UMKM yang besar dan jumlah tenaga kerja dalam UMKM tersebut. Sesuai dengan data (BPS), kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61,41 persen pada tahun 2018. Tentu kontribusi ini menunjukkan peran UMKM sebagai tulang punggung ekonomi nasional Indonesia (Pakpahan, 2020).

Sektor UMKM terdampak dengan pandemi Covid-19 di mana kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar pada berbagai bidang (Thaha, 2020). Hal ini dapat dilihat dari, umlah unit usaha di Indonesia per 2018 total 64,2 Juta unit usaha, dengan jumlah unit usaha UMKM sebesar 64,1 Juta (99,9%), kemudian kontribusi pada jumlah tenaga kerja, jumlah tenaga kerja di Indonesia per 2020 total 120,6 Juta orang, dengan jumlah tenaga kerja di UMKM sebesar 116,9 Juta (97%) , lalu kontribusi pada PDB. Jumlah kontribusi PDB dunia usaha di Indonesia per 2018 total 14.038.598



Miliar, dengan kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 8.573.895 Miliar (61,07%), kontribusi terhadap Ekspor Non-migas Jumlah ekspor non-migas Indonesia per 2018 total 2.044.490 Miliar, dengan kontribusi UMKM terhadap ekspor non-migas sebesar 293.840 Miliar (14,37%) , dan terakhir kontribusi terhadap Investasi, Jumlah investasi di Indonesia per 2018 total 4.244.685 Miliar, dengan kontribusi UMKM terhadap investasi sebesar 2.564.549 Miliar (60,42%).

Thata (2020) menjelaskan bahwa sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku UMKM kini berada pada garis depan yang mengalami guncangan ekonomi akibat dari adanya pandemi Covid-19. Koperasi yang bergerak dalam bidang kebutuhan sehari-hari mengalami dampak ini, sedangkan UMKM yang paling merasakan akibat pandemi ini adalah yang bergerak dalam bidang usaha makanan dan minuman, industri kreatif dan pertanian.

Situasi pandemi ini, tercatat dalam data Kemenkes (2020) UMKM terdapat 37.000 UMKM yang melaporkan bahwa mereka mengalami dampak serius akibat pandemi Covid-19 yaitu: (a) penurunan penjualan yang sebanyak 56 persen, (b) permasalahan aspek pembayaran sebanyak 22 persen, (c) sebanyak 15 persen yang mengalami masalah dalam pendistribusian barang dan (d) kesulitan bahan baku sebanyak 4 persen.

Kondisi-kondisi di atas merupakan sektor UMKM di Indonesia memiliki kontribusi besar melalui penyerapan tenaga kerja. UMKM menjadi jaringan pengaman yang utama bagi lapisan masyarakat yang memperoleh penghasilan yang rendah dalam menjalani kegiatan ekonomi produktif. Indonesia dalam menghadapi Era Industri 4.0 UMKM memiliki peran dalam peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) (Rosita, 2020).

Suryani (2021) menyebutkan klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diantaranya, *Livelihood Activities*, *Micro Enterprise*, *Small Dynamic Enterprise*, dan terakhir *Fast Moving Enterprise*, yang merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB) dan memiliki jiwa usaha yang baik (Herdiansyah, 2012).

Menurunnya kegiatan ekonomi yang terjadi ini memberikan dampak tidak hanya bagi para pelaku UMKM yang ada di pulau Jawa dan Bali, namun hal yang sama juga dirasakan oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Timor Tengah Utara. Di keluarkan aturan PSBB mengakibatkan turunnya daya beli masyarakat, sejalan dengan berita di media *online* Timex Kupang.com bahwa pandemi Covid-19 membawa dampak negatif bagi Kabupaten Timor Tengah Utara dalam sektor ekonomi, yang terlihat dari menurunnya daya beli masyarakat. (timexkupang.com). Masyarakat yang datang ke swalayan hanya untuk membeli kebutuhan pokok, masker dan *hand sanitizer*.

Kondisi di atas menjadi konsentrasi penulis sehingga sangat penting untuk dilakukan penelitian tentang perbedaan omzet penjualan UMKM sebelum dan selama pandemi Covid-19 di Kabupaten Timor Tengah Utara,

sehingga dapat diketahui berapa omzet penjualan masing-masing unit usaha yang pada akhirnya menemukan strategi bertahan selama masa pandemi Covid-19. Berdasarkan penelusuran penulis di jejaring sosial bahwa penelitian terkait perbedaan omzet penjualan sebelum dan selama masa pandemi Covid-19 masih minim dan terkhusus di Kabupaten Timor Tengah Utara belum ada peneliti yang melakukan observasi tentang omzet penjualan UMKM, sehingga penelitian ini memiliki nilai kebaruan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah selama masa pandemi Covid-19 sektor UMKM di Kabupaten Timor Tengah Utara mengalami penurunan omzet penjualan yang sangat drastis sehingga para pelaku UMKM. Penurunan omzet penjualan yang terjadi sebagai akibat dari adanya biaya-biaya yang harus dibayar seperti biaya tenaga kerja, biaya pulsa listrik, dan biaya-biaya lainnya dengan jumlah pendapatan yang di peroleh tidak sebanyak sebelum pandemi Covid-19.

Beberapa solusi yang ditawarkan oleh pemerintah dalam penanggulangan dampak Covid-19 untuk mengatasi masalah yang terjadi di UMKM yang ada di Indonesia dengan memberikan bantuan sebesar 2.4 Juta (Suryani,2021), dan UMKM di Kabupaten Timor tengah melakukan inisiatif dari masing-masing pelaku UMKM berupa strategi digital dan sosial melalui penetrasi pasar digital yaitu *Facebook*, *Youtube*, *Whatsapp*, dan Instagram. Pemanfaatan media sosial yang membuka peluang baru dalam menghasilkan aliran pendapatan (Rosita,2020) . Para Pelaku UMKM di Kabupaten Timor Tengah Utara memanfaatkan pemasaran produk yang di jual secara *online* melalui media yang ada, karena aturan PPKM membatasi konsumen untuk datang ke pasar, toko, swalayan dan tempat usaha lainnya sebagai bentuk strategi yang dilakukan untuk tetap bertahan dalam masa pandemi.

2. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup penelitian ini adalah Dampak Covid-19 terhadap kondisi ekonomi pelaku UMKM di Kabupaten Timor Tengah Utara. Penelitian ini memiliki batasan masalah bagaimana perbedaan omzet penjualan sebelum dan selama pandemi Covid-19 di Kabupaten Timor Tengah Utara.

3. BAHAN DAN METODE

Pada bab ini menjelaskan bahan dan metode yang digunakan dalam penelitian yang melingkupi penyelesaian kasus.

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan kepada 31 informan UMKM yang terdiri dari 13 kategori usaha di Kabupaten Timor Tengah Utara. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif.

3.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berdasarkan aset dan omzet (Susilowati dan Ananda, 2021) dibagi menjadi tiga dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Jenis Usaha	Kriteria
Usaha Mikro	Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
Usaha Kecil	Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).)
Usaha Menengah	Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Tujuan usaha mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan (*Jurnal Edunomic*, 2014).

3.3 Pertumbuhan Ekonomi

Menurut Sukirno (2011), pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Teori pertumbuhan ekonomi menjelaskan mengenai faktor-faktor yang menentukan pertumbuhan ekonomi dan prosesnya dalam jangka panjang, penjelasan mengenai bagaimana faktor-faktor itu berinteraksi satu dengan yang lainnya, sehingga menimbulkan terjadinya proses pertumbuhan.

3.4 Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan pembelian barang maupun jasa dari seseorang untuk dapat

digantikan dengan uang atau pembayaran secara tunai maupun kredit. Penjualan merupakan sumber utama pendapatan suatu perusahaan, semakin besar penjualan semakin besar juga omzet penjualan (Darwanto, 2013).

Penjualan merupakan pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa (Simamora dalam Khuriyati, 2013).

3.5 Omzet Penjualan

Omzet penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu (Chaniago dalam Khuriyati, 2013:20).

Meningkatkan omzet penjualan adalah tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh seberapa banyak produk yang laku di pasaran. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya (Artaman, 2015).

3.5.1 Upaya yang dilakukan untuk Meningkatkan Omzet Penjualan

Berikut ini beberapa cara yang bisa dilakukan pemilik bisnis/pelaku UKM untuk meningkatkan omzet bisnis: Nitisemito dalam Khuriyati (2013)

1. Target *market* potensial
 Untuk meningkatkan omzet bisnis, salah satu cara penting yang perlu dilakukan adalah menentukan target *market* atau target konsumen yang paling berpotensi untuk meningkatkan omzet. Misalnya kalangan 25 menengah ke atas (karena produk kita premium) atau kalangan anak-anak sekolah/mahasiswa karena produk kita memang fokus untuk melayani kebutuhan siswa/mahasiswa (Rohmana, 2006).
2. Rencanakan promosi
 Cara selanjutnya untuk meningkatkan omzet bisnis adalah melakukan perencanaan promosi. Banyak UKM tidak melakukan perencanaan terlebih dulu ketika akan melakukan promosi bisnisnya. Merencanakan bisnis bisa dilakukan secara sederhana, misalnya tetapkan periode waktu promosi, tetapkan *list* strategi promosi, serta target yang ingin dicapai.
3. Membuat paket produk
 Ada cara untuk membuat konsumen melakukan pembelian produk kita dalam jumlah besar. Langkah sederhana ini adalah dengan membuat paket-paket produk. Paket produk ini bertujuan agar konsumen membeli produk kita lebih dari satu produk, misalnya saja paket *bundling*, paket hemat, paket premium ataupun paket-paket saat periode tertentu (hari besar, hari istimewa, dan sebagainya) (Suci, 2020).
4. Insentif untuk konsumen
 Langkah lainnya yang cukup ampuh untuk meningkatkan omzet adalah dengan memberikan insentif ke konsumen jika konsumen tersebut melakukan pembelian berulang atau pembelian dalam

jumlah tertentu. Pada dasarnya konsumen senang jika diberi insentif sehingga akan memotivasi untuk melakukan pembelian lebih. Insentif bisa berupa potongan harga, *gimmick* hadiah, tambahan bonus, dan lain-lain.

5. Varian produk

Strategi selanjutnya adalah dengan melakukan pengembangan produk (*product development*). Pengembangan produk ini bisa kita lakukan dengan cara membuat varian produk/jasa yang lebih variatif. Hal yang penting dari strategi ini adalah kita peka terhadap kebutuhan konsumen. Varian produk ini bisa dalam hal ukuran yang berbeda, fitur yang berbeda, jenis produk, tipe, serta variasi lainnya (Marwan, 1991).

3.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan

Nitisemito dalam Khuriyati (2013) mengemukakan bahwa faktor penyebab turunnya omzet penjualan meliputi dua faktor yaitu:

1. Faktor Intern berupa terjadi karena kesalahan perusahaan itu sendiri yang dibagi ke dalam beberapa bagian antara lain: kualitas produk turun, *service* yang diberikan bertambah jelek, sering kosongnya persediaan barang, penurunan komisi penjualan yang diberikan, pengetatan terhadap piutang yang diberikan, turunnnya kegiatan *salesman*, penurunan kegiatan *sales promotion* dan penetapan harga jual yang tinggi,
2. Faktor Ekstern berupa kekuasaan perusahaan itu sendiri yang di bagi ke dalam beberapa bagian: perubahan selera konsumen, munculnya saingan baru, munculnya barang pengganti, pengaruh faktor *psychologic*, perubahan atau tindakan baru dalam kebijaksanaan pemerintah, adanya tindakan dari pesaing (Kramer, 2020).

3.6 Pendapatan

Pendapatan adalah keseluruhan penerimaan seseorang sebagai bentuk balas jasa dalam proses produksi. Bentuk balas jasa tersebut dapat berupa upah, sewa, bunga, maupun laba yang tergantung pada faktor produksi pada yang terlibat dalam proses produksi (Suparyana, dkk. 2021).

3.7 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Sugiono (2013) mengemukakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data menggunakan 4 tahap, analisis data bersifat kualitatif dan kuantitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian ini dimulai dengan menganalisis dampak Covid-19 pada UMKM di Kabupaten Kefamenanu yang

selanjutnya menganalisis perbedaan omzet penjualan sebelum dan selama pandemi Covid-19 yang pada akhirnya upaya apa saja yang dilakukan oleh UMKM untuk mampu bertahan dalam masa pandemi Covid-19.

Prosedur dalam penelitian ini meliputi 4 hal untuk pengumpulan data dan informasi yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. Teknik tersebut meliputi wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Tahapan analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Data reduction* (reduksi data) sebagai suatu proses pemilihan, pemusatan, perhatian, penyederhanaan, pengestrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan, sehingga data itu memberi gambaran yang lebih jelas tentang hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2013).
2. *Data display* (penyajian data), yaitu sekumpulan informasi tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, tabel, grafik, *pictogram*, dan sejenisnya melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2015).
3. *Conclusion verification* (simpulan atau verifikasi), peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah diproses melalui reduksi dan *display* data. Penarikan kesimpulan yang dikemukakan bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang di kemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Ahmann,dkk., 2009).

4. PEMBAHASAN

Pandemi ini memberikan pengaruh pada aspek daya beli masyarakat dan konsumsi, banyak tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan dan sebagian masyarakat sangat berhati-hati dalam mengatur pengeluaran keuangan mereka di tengah situasi yang tidak penuh dengan ketidakpastian (Pratiwi, 2020).

Nalini (2021) Beberapa pendekatan yang dilakukan untuk menghadapi tantangan ekonomi dan bisnis akibat pandemi Covid-19 yaitu pendekatan mikro dengan manajemen UMKM secara bisnis dan pendekatan makro melalui kebijakan pemerintah, dalam Laporan OECD3 menyebutkan bahwa pemerintah dalam membantu UMKM harus mempertimbangkan tiga tindakan penting yaitu:

1. Pemerintah mengumumkan langkah-langkah dukungan ekonomi dan bisnis saat ini dan secara progresif yang fokusnya pada pemulihan ekonomi.

2. Pemerintah memastikan bahwa arus perusahaan yang keluar dan masuk secara bertahap yang selanjutnya mendukung pemulihan inklusif.
3. Para pelaku UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 harus dapat dijangkau oleh pemerintah, sehingga dapat meningkatkan ketahanan ekonomi dan masyarakat.

Berikut akan disajikan hasil dari penelitian yang dilakukan di lapangan oleh peneliti antara lain:

4.1 Data Penelitian

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 3.102 unit usaha yang ada di Kabupaten Timor Tengah Utara Tahun 2020. Sampel penelitian sebanyak 31 pelaku usaha UMKM yang terdiri dari kios sembako 2 unit usaha, lapak sayur 1 unit usaha, lapak barang pecah belah 1 unit usaha, perdagangan 3 unit usaha, jasa transportasi 2 unit usaha, kuliner 4 unit usaha, jasa fotokopi 2 unit usaha, Jasa Taylor 1 unit usaha, Mebel 2 unit usaha, Jasa fotografi 3 unit usaha, jasa salon kecantikan 3 unit usaha, Jasa sewa tenda 2 unit usaha, Jasa Rental komputer 2 unit usaha, jasa *laundry* 1 unit usaha, Jasa otomotif 2 unit usaha. teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

1.2. Perbedaan Omzet Penjualan UMKM Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di Kabupaten Timor Tengah Utara

Hasil wawancara dengan 31 informan menunjukkan adanya perbedaan omzet penjualan UMKM sebelum dan selama pandemi Covid-19 yang terjadi pada Kabupaten TTU. Perbedaan omzet penjualan ini yang sangat dikeluhkan oleh para pelaku UMKM ialah menurunnya pendapatan usaha mereka secara drastis dan perbedaan pendapatan (Utami, 2021) yang diperoleh seperti yang terlampir pada tabel 2.

Tabel 2. Perbedaan omzet penjualan UMKM di Kabupaten Timor Tengah Utara sebelum dan selama pandemi Covid-19

Jenis usaha	Omzet Sebelum Pandemi Covid-19 (Rp)	Omzet Selama Pandemi Covid-19 (Rp)
Kios Sembako	5.000.000	1.000.000
Lapak sayur	1.500.000	500.000
Lapak barang pecah belah	6.000.000	2.500.000
Swalayan	7.500.000	2.000.000
Jasa transportasi	5.000.000	2.000.000
Rumah makan	8.000.000	1.500.000
Tempat fotokopi	6.000.000	2.000.000
Jasa penjahit (<i>taylor</i>)	6.000.000	2.500.000
Kos-kosan	4.000.000	1.500.000
Mebel	10.000.000	2.000.000
Jasa Fotografi	7.500.000	2.500.000
Jasa Salon kecantikan	4.500.000	1.000.000
Jasa Sewa Tenda	3.500.000	1.000.000
Jasa Rental Komputer	8.000.000	3.000.000
Jasa <i>Laundry</i>	4.000.000	1.000.000
Jasa Otomotif	5.000.000	2.000.000

Dari hasil wawancara diketahui bahwa pandemi yang terjadi berdampak pada perbedaan omzet penjualan sebelum dan selama pandemi Covid-19, yang berakibat pada menurunnya pendapatan yang diperoleh para pelaku UMKM dikarenakan adanya pembatasan aktivitas masyarakat berskala besar, sehingga pada jam operasional tidak berjalan dengan baik, yang mana seharusnya tempat usaha yang beroperasi biasanya 10 jam sampai dengan 12 jam namun hanya bisa beroperasi selama 5 jam sampai dengan 7 jam.

5. KESIMPULAN

Hasil wawancara yang dilakukan dengan para pelaku UMKM bahwa omzet penjualan sebelum pandemi Covid-19 mengalami perbedaan yang signifikan dengan omzet selama masa pandemi Covid-19 yaitu sebesar 85-90 persen, dampak pandemi menimbulkan berbagai keluhan dari para pelaku UMKM antara lain (a) adanya penurunan pendapatan, (b) penurunan omzet penjualan selama masa pandemi (c) pembatasan sosial berskala besar. Upaya yang perlu dilakukan oleh para pelaku UMKM memiliki kreativitas dalam memasarkan produk secara *online* melalui media sosial seperti *Facebook*, *whatsapp*, *website* dan Instagram serta melakukan inovasi produk.

6. SARAN

Para pelaku UMKM di kabupaten Timor Tengah Utara tidak hanya mengembangkan penjualan yang bersifat konvensional namun bisa memiliki ide dan inovasi baru dalam proses pemasaran produk barang dan jasa melalui media *online* yang akan meningkatkan



omzet penjualan. Pihak perbankan daerah tetap melaksanakan program relaksasi kredit yang memberikan keringanan kepada para pelaku UMKM di Kabupaten Timor Tengah Utara.

Penelitian ini hanya menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan metode triangulasi untuk memperkaya hasil penelitian.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Ahman, Eeng dan Yana Rohmana. 2009. Teori Ekonomi Mikro. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Artaman, Dewa Made Aris. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar. Tesis. Program Magister Program Studi Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana. Universitas Udayana Denpasar.
- Bahtiar, R.A. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. Info Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis. Jakarta.
- Darwanto, D.D.T.U. 2013. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang. Diponegoro Journal Of Economics. Vol.2 No. 4. Pages 1-13. Jurnal Edunomic Vol 2 No.1 Tahun 2014.
- Marwan, Asri, 1991. Marketing. Yogyakarta : UPP-AMP YKPN
- Herdiansyah, H. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Sosial. Salemba Humanika, Jakarta.
- Khuriyati, T. 2013. Faktor-faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan pada Industri Kerajinan Monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Nalini, S.N. 2021. Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 4 No. 1. Pages 662-669.
- Kramer, Erik. 2020. Cara Mencegah Virus Corona. <https://id.wikihow.com/MencegahVirus-Corona>
- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia.
- Pratiwi, M.I. 2020. DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERLAMBATAN EKONOMI SEKTOR UMKM. Jurnal Ners. Vol. 4. No.2. Pages 30-39.
- Rohmana, Yana. 2006. Pengantar Ekonomi Mikro.
- Rosita, R. 2020. Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. Jurnal Lentera Bisnis. Vol. 9. No 2. Pages 109-120.
- Suci, Fellyanda. 2020. Cerita Lengkap Asa Mula Munculnya Virus Corona di Wuhan
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Tindakan Komprehensif. Alfabeta. Bandung
- Sukirno, Sadono. 2011. Makroekonomi Modern. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Sukirno, Sadono. 2011. Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga. Rajawali Pers. Jakarta.
- Thaha, Firdaus. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. Jurnal Brand, Volume 2 No. 1, Juni 2020.
- Sugiri, D. 2020. Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. Fokus Bisnis: Media Pnegkajian Manajemen dan Akuntansi. Vol. 19. No.1. Pages 76-86.
- Suparyana, P.K, Nursan, M, Nabilah, S. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM ZEA Foof di Kota Mataram). Jurnal Inovasi Penelitian. Vol. 1 No. 12. Pages 2655-2660.
- Suryani, E. 2021. Analisis Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus: Home Industri Klepon di Kota Baru Driyorejo). Jurnal Inovasi Penelitian. Vol.1 No. 8. Pages 1591-1596.
- Susilowati, D. & Ananda, A.D. 2021. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol. X. Jilid X. Pages 120-142.
- Utami, B.S.A. 2021. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. Ekonomi. Vol.3.No.1

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian (LPPM) Universitas Timor yang telah mendukung penulis dalam publikasi artikel ini.