

## PENDAHULUAN

*World Health Organization (WHO)* menjelaskan bahwa *Corona viruses (Cov)* adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan, virus corona adalah zoonotic yang artinya menularkan penyakit atau infeksi dari hewan ke manusia, virus corona menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS) (Hanoatubun, 2020). Berdasarkan Kementerian Kesehatan Indonesia, perkembangan kasus COVID-19 di Wuhan berawal pada tanggal 30 Desember 2019. Virus ini menyebar dengan cepat dan menginfeksi 54 Negara (Hanoatubun, 2020). Bahkan untuk pertama kalinya terjadi kasus yang lebih besar dari jumlah kasus yang terdapat di Tiongkok (Maryanti dkk, 2020).

Secara umum, menurut informasi yang dirilis McKensey, awal mula sumber penularan (transmisi) wabah (epidemi) ini terkonsentrasi di empat wilayah yaitu Tiongkok sebagai daerah asal wabah, Asia Timur yang berpusat di Korea Selatan dan Jepang, Timur Tengah yang berpusat di Iran dan Eropa Barat yang berpusat di Italia (Craven et al., 2020). Bersumber dari keempat wilayah yang menjadi titik penyebaran tersebut, kasus *COVID-19* terus meluas dengan menginfeksi 114 negara dalam waktu yang relatif singkat. Melihat situasi penyebaran yang masif, tepat pada tanggal 11 maret 2020, organisasi kesehatan dunia (WHO) secara resmi menetapkan coronavirus disease (*COVID-19*) bukan lagi sebagai wabah atau epidemi yang bersifat lokal, melainkan sudah menjadi pandemi (penyebaran wabah yang berskala global dengan transmisi lokal) (Maryanti dkk, 2020).

Merespon pandemi *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*, pemerintah Indonesia mulai menerapkan pembatasan dengan kebijakan social distancing (jaga jarak sosial, menghindari kerumunan), lalu physical distancing (jaga jarak antar orang minimal 1 meter) sejak awal Maret 2020. Namun pembatasan sosial yang berupa himbauan itu rupanya dianggap kurang efektif dalam mencegah penularan *COVID-19*. Akhirnya pada 10 April, atas persetujuan pemerintah pusat, dimulailah penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di DKI Jakarta. Dengan adanya PSBB maka perkantoran dan sebagian besar industri

dilarang beroperasi, untuk kurun yang relatif lama, dan menimbulkan kerugian ekonomi (Hadiwardoyo, 2020).

Ekonomi adalah salah satu faktor penting dalam kehidupan manusia. Dapat dipastikan bahwa dalam keseharian kehidupan manusia selalu berkaitan dengan ekonomi, penyebaran virus *Corona* yang telah meluas ke berbagai belahan dunia membawa dampak pada perekonomian Indonesia, baik dari sisi perdagangan, investasi, pariwisata, industri termasuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Hanoatubun, 2020). Pandemi *COVID-19* yang terjadi berdampak pada banyak bidang. Beberapa bidang mengalami kerugian namun ada bidang tertentu yang mengalami keuntungan dari adanya pembatasan social selama pandemi. Bidang yang dapat berpotensi untuk mendapatkan keuntungan dari adanya pembatasan sosial antara lain bidang kesehatan, operator seluler dan internet provider, asuransi kesehatan dan layanan pengiriman barang (Hadiwardoyo, 2020). Namun ada bidang lain yang mengalami kerugian bidang yang terdampak pandemic *COVID-19* di Indonesia yaitu pariwisata, investasi dan perdagangan (Pakpahan, 2020).

Pada bidang pariwisata Indonesia terdampak pandemi *COVID-19* karena mengalami penurunan kedatangan wisatawan. Perhotelan juga mengalami penurunan tingkat hunian Dampak pada bidang investasi ditunjukkan melalui melemahnya harga saham di seluruh dunia (Nugraheni dkk, 2020). Bahkan virus ini turut mempengaruhi perekonomian negara-negara di seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Ekonomi global mengalami penurunan, menyusul penetapan dari WHO yang menetapkan wabah Corona sebagai pandemi yang mempengaruhi dunia usaha. Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi *COVID-19*. Langkah-langkah penguncian (*lockdown*) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia (Thaha, 2020).

Menurut Febrantara (2020) dan OECD (2020), dampak pandemic *COVID-19* kepada UMKM dapat dilihat dari sisi penawaran dan sisi permintaan. Dari penawaran, dengan adanya pandemi *COVID-19*, banyak UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja. Hal tersebut terjadi karena alasan menjaga kesehatan

pekerja dan adanya pemberlakuan pembatasan sosial (*social distancing*). Kedua sebab tersebut mengakibatkan munculnya kebijakan pemerintah yang di keluarkan pemerintah terkait penyebaran *COVID-19* yaitu dengan membatasi aktivitas pekerja secara langsung di perusahaan sehingga kinerja pekerja bagi perusahaan menjadi terhambat. Kebijakan tersebut juga menyebabkan perusahaan harus beradaptasi dalam menjalankan usahanya secara daring dan membutuhkan waktu agar kinerja perusahaan menjadi stabil kembali. Pada sisi permintaan berkurangnya permintaan akan barang dan jasa berdampak pada UKM tidak dapat berfungsi optimal yang berujung pada berkurangnya likuiditas perusahaan.

Hal ini menyebabkan masyarakat kehilangan pendapatan, karena UKM tidak mampu membayar hak upah pekerja. Pada kondisi terburuk pemutusan hubungan kerja terjadi secara sepihak (Sugiri, 2020) Indonesia kembali diuji dalam menghadapi dampak ekonomi akibat penyebaran *COVID19* khususnya dalam sektor ketangguhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemerintah berperan penting dalam memberi dukungan terhadap pelaku umkm, pelaku UMKM perlu melakukan terobosan dan strategi agar tetap mampu bertahan di tengah lesunya ekonomi (Susanti dkk, 2020). Pada aspek UMKM, adanya pandemi ini menyebabkan turunnya kinerja dari sisi permintaan (konsumsi dan daya beli masyarakat) yang akhirnya berdampak pada sisi suplai yakni pemutusan hubungan kerja dan ancaman macetnya pembayaran kredit, dampak pandemic *COVID-19* terhadap sektor UMKM ini tentu sangat berpengaruh terhadap kondisi perkenomian Indonesia (Pakpahan, 2020). Keterbaruan dari penelitian ini ialah penggunaan strategi bertahan yang digunakan UMKM di daerah Tangerang Selatan pada masa pandemi *COVID-19*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh strategi bertahan pada penjualan UMKM di masa pandemi *COVID-19*



## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dengan meneliti hubungan antara variabel dependent (terikat) dan variabel independent (bebas). Data yang dikumpulkan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner kepada sektor umkm di wilayah Tangerang Selatan. H1: Strategi bertahan memiliki pengaruh terhadap penjualan Pada penelitian ini pengujian dilakukan terhadap 63 responden dengan instrument penelitian menggunakan kuesioner yang kemudian dilakukan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas), uji analisis regresi linear sederhana dan uji parsial (uji T) dengan aplikasi IBM SPSS Statistics 22.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. UJI VALIDITAS

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Strategi Bertahan (X)	0.741	0.2480	Valid
	0.828	0.2480	Valid
	0.804	0.2480	Valid
	0.843	0.2480	Valid
	0.818	0.2480	Valid
	0.735	0.2480	Valid
Penjualan (Y)	0.718	0.2480	Valid
	0.678	0.2480	Valid
	0.811	0.2480	Valid
	0.605	0.2480	Valid

Hasil pengamatan pada  $r_{\text{tabel}}$  di atas dengan responden sebanyak  $n-2$  (63-2) yaitu 61 sebesar 0.2480, sehingga hasil data tersebut pada uji validitas dihasilkan bahwa semua instrument mulai dari variabel strategi bertahan (X) yang terdiri dari 6 indikator semuanya menghasilkan  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari pada  $r_{\text{tabel}}$ . Selain itu, semua instrument dalam variabel penjualan (Y) yang terdiri dari 4 indikator semuanya juga menghasilkan nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari pada  $r_{\text{tabel}}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua instrument yang ada pada penelitian ini adalah valid.

## 2. UJI RELIABILITAS

**Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas**

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	KRITERIA	KESIMPULAN
X	0.649	0.6	RELIABEL
Y	0.883	0.6	RELIABEL

Hasil pengujian reliabilitas instrument strategi bertahan (X) dan penjualan (Y) adalah reliabel karena mempunyai nilai *cornbach alpha* > 0.6.

## 3. UJI NORMALITAS

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95339247
Most Extreme Differences	Extreme Absolute	.095
	Positive	.074
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov smirnov diketahui bahwa nilai signifikansi dari uji normalitas sebesar 0.200, di mana hasil ini lebih besar dibandingkan dengan taraf signifikansi 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

#### 4. UJI LINEARITAS

**Tabel 4 Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

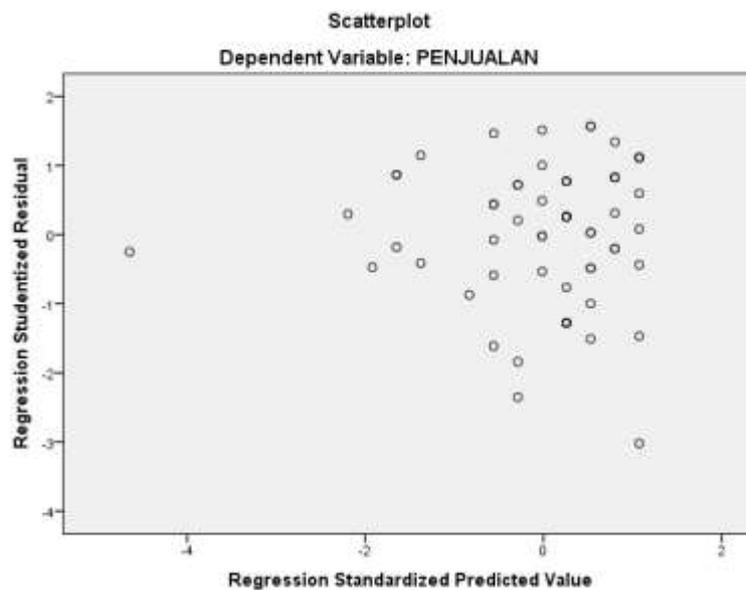
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
PENJUALAN *Between Groups (Combined)	197.248	12	16.437	3.942	.000
STRATEGI Groups					
Linearity	169.170	1	169.170	40.569	.000
Deviation from Linearity	28.078	11	2.553	.612	.810
Within Groups	208.498	50	4.170		
Total	405.746	62			

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai *sig. deviation from linearity* sebesar  $0.810 > 0.05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel strategi bertahan dengan variabel penjualan, sesuai dengan hasil spss di atas.

5. UJI HETEROKEDASTISITAS

**Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Sumber: Spss data Kuesioner



Berdasarkan hasil scatterplots di atas diketahui bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

6. UJI ASUMSI LINEAR SEDERHANA

**Tabel 5 Hasil Uji Asumsi Linear Sederhana**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	STRATEGI <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: PENJUALAN

b. All requested variables entered.

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel strategi bertahan sebagai variabel independent dan penjualan sebagai variabel dependen dan metode yang digunakan adalah metode enter.

**Tabel 6 Hasil Uji Asumsi Linear Sederhana Model Summary**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.646 <sup>a</sup>	.417	.407	1.969

a. Predictors: (Constant), STRATEGI

b. Dependent Variable: PENJUALAN

Tabel di atas menunjukkan bahwa besar nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.646 dan diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.417 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (strategi bertahan) terhadap variabel terikat (penjualan) adalah sebesar 41.7%.

**Tabel 7 Hasil Uji Asumsi Linear Sederhana Anova**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.170	1	169.170	43.620	.000 <sup>b</sup>
	Residual	236.576	61	3.878		
	Total	405.746	62			

a. Dependent Variable: PENJUALAN

b. Predictors: (Constant), STRATEGI

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 43.620 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.000 < 43.620$ . Maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel strategi bertahan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel strategi bertahan (X) terhadap variabel penjualan (Y).

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.338	1.793		2.420	.019
	STRATEGI	.450	.068	.646	6.605	.000

a. Dependent Variable: PENJUALAN

**Tabel 8 Hasil Uji Asumsi Linear Sederhana Coefficients**

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari probabilitas 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel strategi bertahan (X) berpengaruh terhadap

variabel penjualan (Y), yang berarti bahwa “Ada Pengaruh strategi bertahan (X) terhadap penjualan (Y)”.

## 7. UJI HIPOTESIS

### 8. Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.338	1.793		2.420	.019
	STRATEGI	.450	.068	.646	6.605	.000

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Berdasarkan hasil di atas diketahui nilai t hitung sebesar 6.605. Dasar pengambilan keputusan ini adalah jika nilai sig. < 0.05 dan nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y dan jika nilai sig. > 0.05 dan nilai t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X dengan Variabel Y.

Untuk menghitung t tabel menggunakan rumus  $t(a/2; n-k-1)$ , dimana  $a = 5\%$ ,  $k = 2$ ,  $n = 63$ . Dari rumus tersebut didapatkan hasil  $t(0.025; 60) = 2.00030$ . Maka dari itu nilai pengambilan keputusan uji t adalah nilai sig.  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $6.605 > 2.00030$ , yang berarti terdapat pengaruh antara variabel strategi bertahan (X) terhadap variabel penjualan (Y).



## KESIMPULAN

Covid-19 yang bergerak aktif di tengah kehidupan masyarakat memberikan dampak yang beragam, salah satunya yaitu mengakibatkan penurunan daya jual UMKM, banyak UMKM yang mengalami kurangnya tenaga kerja, hal tersebut terjadi dikarenakan pemberlakuan perusahaan untuk menerapkan *social distancing*, guna menjaga kesehatan para tenaga kerja.

Dampak lainnya ialah berkurangnya permintaan akan barang dan jasa perusahaan, ini menimbulkan hilangnya pendapatan tenaga kerja karena UKM tidak dapat membayar hak upah para tenaga kerja, kondisi terburuk yang terjadi adanya pemutusan hubungan kerja terjadi secara sepihak (PHK). Permasalahan tersebut yang bersifat tidak terduga menuntut setiap pengusaha menciptakan *problem solving* yang tepat untuk kestabilan usaha. Menghadirkan inovasi kualitas dan inovasi teknologi merupakan salah satu cara strategi bertahan yang dapat digunakan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis dari hasil dan pembahasan mengenai pengaruh strategi bertahan pada penjualan UMKM di masa pandemi COVID-19 di Kota Tangerang Selatan dengan menggunakan 63 responden. Maka kesimpulan yang dapat di ambil adalah adanya pengaruh antara variabel independen strategi dan variabel dependen penjualan.



## DAFTAR PUSTAKA

Thaha, Abdurrahman. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Brand*. Vol 2 No.1. Universitas Hasanuddin.

Hanoatubun, Silpa. 2020. Dampak Covid – 19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal of Education, Psychology and Counseling*. Vol 2 No. 1. Universitas Kristen Satya Wacana.

Maryanti, Sri. I Gusti Ayu, O, N., dan I Wayan, N. 2020. Pandemi Covid 19 Dan Implikasinya Pada Perekonomian NTB. Vol. 14 No. 11.

Hadiwardoyo, Wibowo. 2020. Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal of Business & Entrepreneurship*. Vol. 2 No. 2. Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Pakpahan, Aknolt. 2020. Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Universitas Katolik Parahyangan.

Susanti, Ari. Budi, I., dan Muhammad, J. 2020. Strategi UKM Pada Masa Pandemi Covid-19. Vol. 1 No. 2.

Nugraheni, Agustina. Octavia, L, P., dan Suci, N, S. 2020. Strategy of SMEs In The Covid-19 Pandemic Period. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*. Vol. 2 No. 1.

Sugiri, Dani. 2020. Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dari Dampak Pandemi

