



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM DI
MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PEDAGANG KAKI LIMA DI
DESA BANTAR JAYA BOGOR)**

Gina Nurushohifa Khaeruddin, Kholil Nawawi, Abrista Devi

Universitas Ibn Khaldun Bogor

(Naskah diterima: 1 September 2020, disetujui: 28 Oktober 2020)

Abstract

At the global economic level, the COVID-19 pandemic has a very significant impact on the domestic economy of the nation-state and the existence of MSMEs. The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) report states that this pandemic has implications for the threat of a major economic crisis marked by the cessation of production activities in many countries, falling levels of public consumption, loss of consumer confidence, falling stock exchanges which ultimately leads to uncertainty.. If this continues, the OECD predicts a decline in output levels of between a fifth and a quarter in many countries, with consumer spending potentially falling by about a third. This prediction also threatens Indonesia's national economy. This study aims to determine what factors affect the income of MSMEs during the Covid-19 Pandemic. The population in this study were 50 street vendors in Bantar Jaya Bogor Village. This study uses a questionnaire for data collection. While the factor analysis used is Confirmatory Factor Analysis (CFA) with the help of the SPSS 26 application. The results of the factor analysis state that in this study 10 factors were found that influenced the income of MSMEs during the Covid-19 pandemic. These factors are (a) Social Distancing Factor (b) PSBB Factor (c) Raw Material Factor (d) Sales Factor (e) Technology Factor (f) Funding Factor (g) Influencer Factor (h) Banking Factor (i) Factor Consumption (j) Structural Policy Factors.

Keywords: Pandemic Covid-19, UMKM, Income

Abstrak

Pada tataran ekonomi global, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang sangat signifikan pada perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan UMKM. Laporan *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* menyebutkan bahwa pandemi ini berimplikasi terhadap ancaman krisis ekonomi besar yang ditandai dengan terhentinya aktivitas produksi di banyak negara, jatuhnya tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen, jatuhnya bursa saham yang pada akhirnya mengarah kepada ketidakpastian. Jika hal ini berlanjut, OECD memprediksi akan terjadi penurunan tingkat *output* antara seperlima hingga seperempat di banyak negara, dengan pengeluaran konsumen berpotensi turun sekitar sepertiga. Prediksi ini tentu mengancam juga perekonomian nasional Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa

Pandemi Covid-19. Populasi pada penelitian ini adalah 50 pedagang kaki lima di Desa Bantar Jaya Bogor. penelitian ini menggunakan angket untuk pengumpulan data. Sedangkan analisis faktor yang digunakan adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Hasil analisis faktor menyatakan dalam penelitian ini ditemukan 10 faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemic Covid-19. Faktor tersebut adalah (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 (j) Faktor Kebijakan Struktural.

Kata kunci: Pandemi Covid-19, UMKM, Pendapatan

I. PENDAHULUAN

Covid-19/Virus Corona pertama kali muncul di kota Wuhan di Negara China. Penyebarannya sangat cepat dan mematikan. Penyebarannya melalui kontak langsung fisik manusia ditularkan melalui mulut, hidung dan mata. Upaya memutus rantai penyebaran Covid-19 yang dilakukan pemerintah dan lembaga keagamaan dengan memberitkan beberapa peraturan untuk dipatuhi oleh masyarakat. Dampak wabah Covid-19 terlihat hampir di seluruh sektor kehidupan masyarakat. Aktivitas sosial dilarang dan ditunda sementara waktu, melemahnya ekonomi, pelayanan transportasi dikurangi dan diatur dengan ketat, pariwisata ditutup, pusat perbelanjaan sepi pengunjung dan ditutup sektor informal seperti; Ojek Online, Sopir angkot, pedagang kaki lima, pedagang keliling, UMKM dan kuli kasar penurunan pendapatan. Pusat-pusat perdagangan, seperti mal, pasar tanah abang yang biasanya ramai pengunjung

mendadak sepi dan saat ini ditutup sementara. Sektor pariwisata mengalami penurunan, pemerintah menutup tempat wisata, tempat hiburan. Bekerja dan belajar pun dilakukan di rumah secara online. (Syafrida, 2020)

Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM. Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, pandemi ini menyebabkan banyak tenaga kerja berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat terutama mereka yang ada dalam kategori pekerja informal dan pekerja harian. Sebagian besar masyarakat sangat berhati-hati mengatur pengeluaran keuangannya karena ketidakpastian kapan pandemi ini akan berakhir.

Hal ini menyebabkan turunnya daya beli masyarakat akan barang-barang konsumsi dan memberikan tekanan pada sisi produsen dan penjual. Pada aspek perusahaan, pandemi ini telah mengganggu kinerja perusahaan-perusahaan terutama yang bergerak dalam sektor perdagangan, transportasi, dan pariwisata. Kebijakan *social distancing* yang kemudian diubah menjadi *physical distancing* dan bekerja dari atau di rumah berdampak pada penurunan kinerja perusahaan yang kemudian diikuti oleh pemutusan hubungan kerja. Bahkan ada beberapa perusahaan mengalami kebangkrutan dan akhirnya memilih untuk menutup usahanya. Pada aspek perbankan dan keuangan, pandemi ini memunculkan ketakutan akan terjadinya masalah pembayaran hutang atau kredit yang pada akhirnya berdampak pada keberlangsungan kinerja bank.

II. KAJIAN TEORI

Pandemi Covid-19

Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Virus baru dan penyakit yang disebabkannya ini tidak dikenal sebelum mulainya wabah di Wuhan, Tiongkok, bulan Desember 2019. COVID-19 ini sekarang menjadi sebuah pandemic yang terjadi di banyak Negara di seluruh dunia. (WHO, 2020)

Pembatasan aktivitas akibat pandemi Covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi secara nasional. Kerugian itu hanya akan tertutupi apabila krisis dapat diakhiri sebelum menimbulkan kebangkrutan usaha secara massal. Tulisan ini dibuat sebelum PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) berakhir sehingga analisis ini masih didasarkan pada perhitungan apabila PSBB berjalan selama 1 bulan di area Jabodetabek. Sedangkan apabila PSBB diperlama dan atau diperluas ke kota-kota lain, maka otomatis dampak kerugian membesar, dan dapat diproyeksikan berdasar perbandingan waktu dan luasan area. Untuk memudahkan, pembahasan kerugian dibagi dalam kelompok kerugian nasional, sektoral, corporate, maupun individu. (Hadiwardoyo, 2020)

Pendapatan

Menurut Suarjana dan Wahyuni (2017) mengungkapkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh seseorang baik berupa uang maupun barang. “Berwirausaha dapat memberikan pendapatan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang dapat menimbulkan minatnya untuk berwirausaha.”

Lebih lanjut Suarjana dan Wahyuni (2017) menjelaskan bahwa jika seseorang berharap untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dengan menjadi seorang wirausaha, ia akan semakin terdorong untuk menjadi seorang wirausaha. Seseorang akan tertarik untuk menjadi wirausaha karena pendapatan yang diperolehnya jika sukses melebihi karyawan. Seseorang dengan harapan pendapatan yang lebih tinggi daripada bekerja menjadi karyawan menjadi daya tarik untuk menjadi wirausaha. Pendapatan memang salah satu penentu minat untuk berwirausaha, laba yang tinggi merupakan alasan untuk seseorang berwirausaha.

Usaha kecil dan menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut keputusan Presiden RI No. 99 Tahun 1998 pengertian usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. (Wikipedia)

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemic yaitu:

1. Social distancing, menurut (Telkom Indonesia, 2020) Social Distancing merupakan serangkaian tindakan pengendalian infeksi yang dimaksudkan untuk menghentikan atau memperlambat penyebaran penyakit menular seperti Covid-19.
2. PSBB, berdasarkan UU 6/2018, Pasal 1 angka 11 Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah istilah kekarantinaan kesehatan di Indonesia yang didefinisikan sebagai “Pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit dan/atau terkontaminasi sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi.
3. Harga bahan baku meningkat, menurut Yusniaji dan Widajanti (2013) bahan baku adalah persediaan yang dibeli oleh perusahaan untuk diproses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya barang jadi atau produk akhir dari perusahaan.
4. Kesulitan penjualan, menurut Fitriani dalam Mulyadi (2008) penjualan adalah suatu

- kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun secara tunai.
5. Teknologi, menurut KBBI teknologi adalah metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis atau ilmu pengetahuan terapan. Adapun lebih lanjut teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.
 6. Bantuan dana, menurut Asmara (2018) salah satu bentuk bantuan yang diberikan pemerintah adalah bantuan dana bergulir. Dana bergulir mulai diterapkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2000.
 7. Influencer, menurut Sugiharto dan Ramadhana (2018) influencer merupakan seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain. Seorang *influencer* tidak hanya harus *celebrity*, tetapi orang biasa pun dapat dikatakan sebagai influencer jika orang tersebut memiliki pengikut yang banyak dan perka-taannya dapat mempengaruhi orang lain.
 8. Perbankan, Bank adalah badan usaha yang wujudnya memuaskan keperluan orang lain, dengan memberikan kredit berupa uang yang diterima dari orang lain, sekali-pun dengan jalan mengeluarkan uang baru kertas atau logam. (Astarina dan Hapsila, 2019)
 9. Konsumsi, menurut Wahyuni (2013) konsumsi adalah kegiatan manusia menggunakan atau memakai barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Mutu dan jumlah barang atau jasa dapat mencerminkan kemakmuran konsumen tersebut.
 10. Kebijakan structural, menurut Ayuningtyas (2016) kebijakan struktural adalah suatu proses pembangunan ekonomi yang cukup lama dan telah menghasilkan suatu pertumbuhan ekonomi yang tinggi biasanya disusul dengan suatu perubahan mendasar dalam struktur ekonominya. Perubahan struktur ekonomi terjadi akibat perubahan sejumlah faktor, biasanya hanya dari sisi permintaan agregat, sisi penawaran agregat atau dari kedua sisi pada waktu yang bersamaan.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Karena dalam penelitian ini penulis menggunakan perhitungan statistic dan menggunakan analisis faktor, dalam peneltian ini penulis akan meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemic Covid-19 pada

pedagang kaki lima di Desa Bantar Jaya Bogor.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder dengan menyebarluaskan kuisioner kepada pedagang kaki lima di Desa Bantar Jaya Bogor. populasi pada penelitian ini adalah pedagang kaki lima di Desa Bantar Jaya Bogor. Sampel (subjek penelitian) sejumlah 50 pedagang kaki lima metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau populasi dijadikan sampel.

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan Uji Validitas dan uji reliabilitas dan analisis faktor yang digunakan adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

IV. HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Responden yang menjadi obyek penelitian ini adalah pedagang kaki lima di Desa Bantar Jaya Bogor.

Berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh para pedagang yaitu sebanyak 23 orang, untuk lulusan SMA, sebanyak 11 orang lulusan Sarjana, sebanyak 9 orang, lulusan

SD, dan sebanyak 7 orang, lulusan SMP. Berdasarkan usia responden sebanyak 35 orang untuk kelompok usia antara 20 tahun sampai 30 tahun, sebanyak 7 orang untuk kelompok usia antara 41 tahun sampai 50 tahun, sebanyak 4 orang untuk kelompok usia 31 tahun sampai 40 tahun dan 4 orang untuk kelompok usia 51 tahun sampai 55 tahun. Kemudian berdasarkan lama berjualan 33 orang untuk 1 tahun sampai 5 tahun, 8 orang untuk 6 tahun sampai 10 tahun berjualan, 6 orang untuk 16 tahun sampai 24 tahun berjualan dan 3 orang untuk 11 tahun sampai 15 tahun berjualan. berdasarkan pendapatan sebelum pandemic adalah 20 orang untuk yang berpendapatan 100 ribu hingga 1 juta, 11 orang untuk yang berpendapatan 6 juta hingga 10 juta, 8 orang untuk yang berpendapatan 1,1 juta hingga 5 juta dan 3 orang untuk yang berpendapatan 18 juta keatas. berdasarkan pendapatan saat pandemic adalah 24 orang atau 48% untuk yang berpendapatan 100 ribu hingga 1 juta, 11 orang untuk yang berpendapatan 1,2 juta hingga 2,5 juta, 7 orang untuk yang berpendapatan 3 juta hingga 5 juta, 5 orang untuk yang berpendapatan 6 juta hingga 10 jt, dan 3 orang untuk yang berpendapatan 12 juta keatas. Maka terkait penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan sebelum dan saat pandemic tidak

menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan terhadap pendapatan sebelum dan saat pandemic.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji validitas digunakan dengan menggunakan SPSS 26. Untuk

mendapatkan data primer, penulis menyebarluaskan 50 kuesioner terhadap Pedagang di sekitar Desa Bantar Jaya Bogor, kuesioner tersebut berisi pernyataan tentang Pandemi Covid-19 dan dampaknya terhadap pendapatan para pedagang di Desa Bantar Jaya Bogor.

Table 1 Hasil Uji Validitas

Indicator	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Kesadaran masyarakat	.236	.857	Valid
Kesidiplinan	.474	.848	Valid
Pembatasan kegiatan	.452	.849	Valid
Peningkatan harga bahan baku	.466	.849	Valid
Ketidaktersediaan bahan baku	.597	.843	Valid
Proses produksi yang lama	.550	.845	Valid
Kehilangan konsumen	.588	.843	Valid
Pendapatan menurun	.519	.846	Valid
Kesulitan mendapatkan modal	.659	.839	Valid
Via online	.514	.846	Valid
Bantuan pemasaran	.392	.852	Valid
Bantuan pemerintah	.387	.852	Valid
Endorsement	.397	.852	Valid
Biaya endorsement	.449	.849	Valid
Keringanan pembayaran hutang	.621	.841	Valid
Tenaga kerja berkurang	.375	.852	Valid

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

Uji reliabilitas atau uji kehandalan menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Uji reliabilitas menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* (α) melalui perhitungan SPSS. Menurut Nurjannah (2010) dalam suatu konstruk dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$. Table 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* (α) adalah $> 0,60$ yang

berarti konstruk kuesioner pada penelitian ini bisa dikatakan reliable atau handal.

Table 2 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach Alpha (α) Based on Standardized Items	N of Items
0.856	0.858	18

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

Analisis Faktor

Menurut Nurjannah (2010) disebutkan tujuan utama dari analisis faktor adalah untuk meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variable asli (awal) menjadi satu set

dimensi baru atau variate (faktor). Adapun variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 variabel, dari 10 variabel ini akan direduksi menjadi beberapa faktor melalui analisis faktor. *Barlett's test of Sphericity* yang dipakai untuk menguji bahwa variable-variabel dalam sampel berkorelasi. Uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampel atau pengukuran kelayakan sampel. Analisis faktor dianggap layak jika nilai KMO $> 0,5$

Table 3 KMO and Barlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin	Measure of Sampling Adequacy.	.748
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	501.690
	Df	153
	Sig.	.000

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

Table diatas menunjukkan nilai yang diperoleh dari uji *Barlett's test of Sphericity* adalah sebesar 501.690 dengan signifikansi 0,000, hal ini berarti bahwa antar variable terjadi korelasi (signifikan $< 0,05$). Hasil uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) diperoleh nilai 0,748, dimana angka tersebut sudah diatas 0,5.

Uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) yang digunakan untuk mengukur degrajat korelasi antar variable dengan kriteria $MSA > 0,5$ adapun hasil dari pengujian

Barlett's test of Sphericity dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO).

Table 4 Nilai MSA Variabel Penelitian

Q	Indicator	Nilai MSA	Keterangan
1	Kesadaran masyarakat	.713	Valid
2	Kedisiplinan	.835	Valid
3	Pembatasan kegiatan	.744	Valid
4	Peningkatan harga bahan baku	.685	Valid
5	Ketidaktersediaan bahan baku	.759	Valid
6	Proses produksi yang lama	.751	Valid
7	Kehilangan konsumen	.761	Valid
8	Pendapatan menurun	.808	Valid
9	Kesulitan mendapatkan modal	.818	Valid
10	Via online	.726	Valid
11	Bantuan pemasaran	.729	Valid
12	Bantuan pemerintah	.650	Valid
13	Endorsement	.872	Valid
14	Biaya endorsement	.756	Valid
15	Keringanan pembayaran hutang	.842	Valid
16	Tenaga kerja berkurang	.710	Valid
17	Pengenalan teknologi digital	.604	Valid
18	Pelatihan bagi para pelaku UMKM	.534	Valid

Dari table 4 diatas diketahui bahwa variable-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai MSA $> 0,5$ sehingga variable dapat dianalisis secara keseluruhan lebih lanjut.

Communality adalah proporsi dari varian suatu item peubah asal yang bisa dijelaskan oleh faktor utamanya. Nilai communalities menjelaskan seberapa besar keragaman atau variasi item/peubah asal yang dapat diterangkan oleh faktor yang terbentuk. Nilai communalities ini diperoleh dengan menjumlahkan nilai eigen value pada faktor yang ada. Ada-

pun nilai communalities yang diperoleh dalam penelitian ini dapat terlihat pada table 5

Table 5 Communities

Q	Indicator	Initial	Extraction
1	Kesadaran masyarakat	1.000	.919
2	Kedisiplinan	1.000	.931
3	Pembatasan kegiatan	1.000	.900
4	Peningkatan harga bahan baku	1.000	.926
5	Ketidaktersediaan bahan baku	1.000	.886
6	Proses produksi yang lama	1.000	.908
7	Kehilangan konsumen	1.000	.931
8	Pendapatan menurun	1.000	.915
9	Kesulitan mendapatkan modal	1.000	.778
10	Via online	1.000	.922
11	Bantuan pemasaran	1.000	.921
12	Bantuan pemerintah	1.000	.917
13	Endorsement	1.000	.825
14	Biaya endorsement	1.000	.899
15	Keringanan pembayaran hutang	1.000	.870
16	Tenaga kerja berkurang	1.000	.911
17	Pengenalan teknologi digital	1.000	.921
18	Pelatihan bagi para pelaku UMKM	1.000	.946

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

Dari table 5 diatas dapat dilihat bahwa variable ke-1 memiliki nilai 0.946, ini berarti sekitar sekitar 94.6% varians dari variable ke-1 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-2 memiliki nilai 0.931, ini berarti sekitar 93.1% varians dari variable ke-3 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-3 memiliki nilai 0.931, ini berarti sekitar 93.1% varians dari variable ke-3 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-4 memiliki nilai 0.926, ini berarti sekitar 92.6% varians dari variable ke-4 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Vari-

ble ke-5 memiliki nilai 0.922, ini berarti sekitar 92.2% varians dari variable ke-5 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-6 memiliki nilai 0.921, ini berarti sekitar 92.1% varians dari variable ke-6 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-7 memiliki nilai 0.921, ini berarti sekitar 92.1% varians dari variable ke-7 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-8 memiliki nilai 0.919, ini berarti sekitar 91.9% varians dari variable ke-8 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-9 memiliki nilai 0.917, ini berarti sekitar 91.7% varians dari variable ke-9 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-10 memiliki nilai 0.915, ini berarti sekitar 91.5% varians dari variable ke-10 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-11 memiliki nilai 0.911, ini berarti sekitar 91.1% varians dari variable ke-11 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-12 memiliki nilai 0.908, ini berarti sekitar 90.8% varians dari variable ke-12 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-13 memiliki nilai 0.900, ini berarti sekitar 90% varians dari variable ke-13 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-14 memiliki nilai 0.899, ini berarti sekitar 89.9% varians dari variable ke-14 bisa dijelaskan oleh faktor

yang terbentuk. Variable ke-15 memiliki nilai 0.886, ini berarti sekitar 88.6% varians dari variable ke-15 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-16 memiliki nilai 0.870, ini berarti sekitar 87% varians dari variable ke-16 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-17 memiliki nilai 0.825, ini berarti sekitar 82.5% varians dari variable ke-17 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variable ke-18 memiliki nilai 0.778, ini berarti sekitar 77.8% varians dari variable ke-18 bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Rotasi faktor dilakukan untuk mempermudah interpretasi dalam menentukan variable-variabel mana saja yang tercantum dalam suatu faktor. Dalam penelitian ini digunakan rotasi *varimax* yang termasuk dalam metode rotasi *Orthogonal* yaitu memutar sumbu 90°.

1) Penentuan jumlah faktor

Dalam penelitian ini penulis menentukan jumlah faktor dengan menggunakan nilai *eigen value* dengan kriteria nilai *eigen value* > 1. (Nurjannah, 2010). Susunan *eigen value* selalu diurutkan dari yang terbesar sampai terkecil. Untuk mengetahui jumlah faktor yang terbentuk dari hasil ekstraksi dapat dilihat pada table *total variance explained*.

Pada table 6 diketahui bahwa dari 18 variabel yang dimasukkan untuk analisis faktor, hanya terdapat 10 faktor yang terbentuk karena dari komponen 1 sampai dengan 10 menunjukkan *eigen value* > 1 maka proses factoring hanya sampai pada 10 faktor, jika diteruskan sampai faktor berikutnya *eigen values* sudah kurang dari 1 yaitu sebesar . Jadi diketahui bahwa 10 faktor adalah jumlah paling optimal.

Table 6 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.460	30.335	30.335	5.460	30.335	30.335	2.917	16.207	16.207
2	3.688	20.490	50.825	3.688	20.490	50.825	2.665	14.804	31.012
3	1.674	9.298	60.122	1.674	9.298	60.122	1.679	9.328	40.340
4	1.325	7.359	67.481	1.325	7.359	67.481	1.604	8.910	49.249
5	1.036	5.753	73.235	1.036	5.753	73.235	1.295	7.194	56.443
6	.787	4.374	77.609	.787	4.374	77.609	1.292	7.179	63.622
7	.729	4.051	81.660	.729	4.051	81.660	1.282	7.123	70.745
8	.652	3.625	85.284	.652	3.625	85.284	1.238	6.875	77.620
9	.479	2.663	87.948	.479	2.663	87.948	1.211	6.730	84.350
10	.396	2.203	90.150	.396	2.203	90.150	1.044	5.800	90.150
11	.383	2.126	92.276						
12	.342	1.899	94.175						
13	.278	1.546	95.721						

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (86-101)

14	.252	1.403	97.124								
15	.203	1.129	98.253								
16	.128	.709	98.962								
17	.101	.559	99.521								
18	.086	.479	100.000								

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

Rotasi faktor ini dimaksudkan untuk mendapatkan tampilan data yang jelas dari nilai *loading* untuk masing-masing variable terhadap faktor-faktor yang ada. Interpretasi ini didasarkan pada nilai loading yang terbesar dari masing-masing variable terhadap faktor-

faktor yang ada, jadi suatu variable akan masuk ke dalam faktor yang memiliki nilai loading terbesar, setelah dilakukan perbandingan besar korelasi terhadap setiap baris. Table dibawah yaitu *table component rotated matrix* menunjukkan hasil dari rotasi faktor.

Table 7
Component Matrix^a

Q		Component									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Kesadaran masyarakat				.561						
2	Kedisiplinan	.649									
3	Pembatasan kegiatan	.632									
4	Peningkatan harga bahan baku	.629									
5	Ketidaktersediaan bahan baku	.710									
6	Proses produksi yang lama	.669			-.511						
7	Kehilangan konsumen	.766									
8	Pendapatan menurun	.720									
9	Kesulitan mendapatkan modal	.780									
10	Via online		.683								
11	Bantuan pemasaran		.832								
12	Bantuan pemerintah			.586							
13	Endorsement		.725								
14	Biaya endorsement										
15	Keringanan pembayaran hutang	.592	.528								
16	Tenaga kerja berkurang				-.561						
17	Pengenalan teknologi digital						.715				
18	Pelatihan bagi para pelaku UMKM				-.618						

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

Table 8
Rotated Component Matrix^a

Q		Component									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Kesadaran masyarakat									.885	
2	Kedisiplinan									.841	
3	Pembatasan kegiatan			.788							
4	Peningkatan harga bahan baku			.820							
5	Ketidaktersediaan bahan baku	.657									
6	Proses produksi yang lama	.608					.644				
7	Kehilangan konsumen	.830									
8	Pendapatan menurun	.833									
9	Kesulitan mendapatkan modal										

10	Via online	.920							
11	Bantuan pemasaran	.902							
12	Bantuan pemerintah		.832						
13	Endorsement	.620							.556
14	Biaya endorsement		.783						
15	Keringanan pembayaran hutang								.675
16	Tenaga kerja berkurang			.886					
17	Pengenalan teknologi digital						.895		
18	Pelatihan bagi para pelaku UMKM				.849				

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

Component matrix hasil proses rotasi (*rotated component matrix*) yang ditunjukkan pada table 4.24 memperlihatkan distribusi variable yang lebih jelas dan nyata.

Kemudian diperoleh beberapa variable yang mendominasi masing-masing faktor, yaitu sebagai berikut:

a. Faktor pertama, terdiri dari Ketidaktersediaan Bahan Baku (Q5) dengan nilai faktor loading 0.657. Proses Produksi yang lama (Q6) dengan nilai faktor loading 0.608. Kehilangan Konsumen (Q7) dengan nilai faktor loading 0.830. Pendapatan Menurun (Q8) dengan nilai faktor loading 0.833.

Dengan ketidaktersediaan bahan baku mempengaruhi proses produksi menjadi lebih lama sehingga para pedagang kehilangan para konsumen dan berpengaruh terhadap penurunan pendapatan.

b. Faktor kedua, terdiri dari Via Online (Q10) dengan nilai faktor loading 0.920. Bantuan Pemasaran (Q11) dengan nilai faktor

loading 0.902. Endorsement (Q13) dengan nilai faktor loading 0.620.

Dengan mempromosikan produk penjualan via online menggunakan jasa endorsement merupakan salah satu alternatif bantuan pemasaran yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan.

- c. Faktor ketiga, terdiri dari Pembatasan Kegiatan (Q3) dengan nilai faktor loading 0.788. Peningkatan Harga Bahan Baku (Q4) dengan nilai faktor loading 0.820. Dengan diberlakukannya pembatasan kegiatan berpengaruh terhadap kenaikan harga bahan baku, karena membuat bahan baku sulit untuk ditemukan sehingga berpengaruh terhadap kenaikan harga bahan baku dan pendapatan penjualan.
- d. Faktor keempat, terdiri dari Bantuan Pemerintah (Q12) dengan nilai faktor loading 0.832. Biaya Endorsement (Q14) dengan nilai faktor loading 0.783. Dengan adanya bantuan dana dari pemerintah dapat digunakan untuk biaya promosi dengan meng-

- gunakan jasa endorsement guna mengembangkan pemasaran dan pendapatan.
- e. Faktor kelima, terdiri dari Tenaga Kerja Berkurang dan Kehilangan Pendapatan (Q16) dengan nilai faktor loading 0.886. Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, pandemi ini menyebabkan banyak tenaga kerja berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat (Pakpahan, 2020)
- f. Faktor keenam, terdiri dari Kehilangan Konsumen (Q7) dengan nilai faktor loading 0.644. Pelatihan bagi Para Pelaku dan Pekerja UMKM (Q18) dengan nilai faktor loading 0.849. Di masa pandemic Covid-19 ini sangat berpengaruh terhadap UMKM dikarenakan mereka kehilangan para konsumen sehingga berpengaruh terhadap penurunan pendapatan, kebijakan yang dibuat pemerintah agar ekonomi kembali stabil terutama untuk membantu para pelaku dan pekerja UMKM di adakanlah pelatihan bagi para pelaku dan pekerja UMKM guna meningkatkan kreatifitas dalam penjualan dan pemasaran.
- g. Faktor ketujuh, terdiri dari Kedisiplinan (Q2) dengan nilai faktor loading 0.841. Dengan diberlakukannya PSBB sangat berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku UMKM.
- h. Faktor kedelapan, terdiri dari Pengenalan Teknologi Digital (Q17) dengan nilai faktor loading 0.895. Karena ketidakpahaman pedagang mengenai teknologi digital dapat mempengaruhi penurunan pendapatan pedagang, dikarenakan pedagang kurang memahami cara mengakses informasi mengenai cara pengembangan dan pemasaran bisnis via online.
- i. Faktor kesembilan, terdiri dari Kesadaran Masyarakat (Q1) dengan nilai faktor loading 0.885. Dengan adanya kesadaran masyarakat dalam menerapkan social distancing selama masa Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh para pelaku UMKM.
- j. Faktor kesepuluh, terdiri dari Endorsement (Q13) dengan nilai faktor loading 0.556. Keringanan Pembayaran Hutang (Q15) dengan nilai faktor loading 0.675. Dengan menggunakan jasa endorsement dapat meningkatkan pemasaran produk secara signifikan sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan untuk meringankan pembayaran hutang.
- Secara lengkap pembagian variable-variabel berdasarkan faktor yang terbentuk

dapat dilihat pada table 9. Variabel diurut berdasarkan nilai faktor *loading* dari yang terbesar.

Untuk pemberian nama pada masing-masing faktor baru yang terbentuk bersifat

subjektif, kadang-kadang variable yang memiliki nilai faktor loading tertinggi digunakan untuk memberi nama faktor (Nurjannah, 2010).

Table 9 Pembagian Indikator yang Terbentuk

Q	Indicator	Faktor yang terbentuk	Eigen value	Loading faktor	% Variance	% Kumulatif
1	Ketidaktersediaaan bahan baku	Faktor produksi	5.460	0.657	30.355	30.355
2	Proses produksi yang lama			0.608		
3	Kehilangan konsumen			0.830		
4	Pendapatan menurun			0.833		
5	Via online	Faktor pemasaran	3.688	0.920	20.490	50.825
6	Bantuan pemasaran			0.902		
7	Endorsement			0.620		
8	Pembatasan kegiatan	Faktor kesulitan penjualan	1.674	0.788	9.298	60.122
9	Peningkatan harga bahan baku			0.820		
10	Bantuan pemerintah	Faktor Bantuan dana	1.325	0.832	7.359	67.481
11	Biaya endorsement			0.783		
12	Tenaga kerja berkurang dan kehilangan pendapatan	Faktor konsumsi	1.036	0.886	5.753	73.235
14	Kehilangan konsumen	Faktor kebijakan structural	787	0.644	4.374	77.609
15	Pelatihan bagi para pelaku UMKM			0.849		
16	Kedisipinan	Faktor social distancing	729	0.841	4.051	81.660
17	Pengenalan teknologi digital	Faktor teknologi	652	0.895	3.625	85.284
18	Kesadaran masyarakat	Faktor PSBB	479	0.885	2.663	87.948
19	Endorsement	Faktor influencer	396	0.556	2.203	90.150
20	Keringanan pembayaran hutang			0.675		

Sumber : Output data yang diolah pada SPSS Versi 26, 2020

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tentang penilaian responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemic Covid-19 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada sepuluh

faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap pendapatan UMKM di masa pandemic Covid-19, faktor-faktor tersebut adalah: (1) Faktor Produksi terdiri dari ketidaktersediaan bahan baku, proses produksi yang lama, kehilangan konsumen dan pendapatan menurun.

(2) Faktor Promosi, terdiri dari via online, bantuan pemasaran dan endorsement. (3) Faktor kesulitan penjualan terdiri dari pembatasan kegiatan dan peningkatan harga bahan baku. (4) Faktor bantuan dana terdiri dari bantuan pemerintah dan biaya endorsement. (5) Faktor Konsumsi terdiri dari tenaga kerja berkurang. (6) Faktor kebijakan struktural terdiri dari kehilangan konsumen dan pelatihan bagi para pelaku dan pekerja UMKM. (7) Faktor Social Distancing terdiri dari kedisiplinan. (8) Faktor Teknologi terdiri dari pengenalan teknologi digital. (9) Faktor PSBB terdiri dari kesadaran masyarakat. (10) Faktor Influencer terdiri dari Endorsement dan keringanan pembayaran hutang.

Berdasarkan penelitian ini pendapatan sebelum pandemi dan pada saat pandemi menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan, banyak dari para pedagang di Desa Bantar Jaya mengalami penurunan pendapatan pada saat pandemi Covid-19 ini, mereka juga mengalami krisis dimana harga bahan baku yang meningkat menyebabkan pendapatan pun berkurang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemic Covid-19. Di peroleh 10

faktor utama yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemic Covid-19 yaitu: Social distancing, PSBB, Harga bahan baku, Penjualan, Teknologi, Bantuan dana, Influencer, Bank, Konsumsi dan Kebijakan Struktural

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, U, 2016, *Pengaruh Sistem Penjualan Kredit di PT. Surya Putra Sumatera Raya II Pasir Putih Pasir Pengaraian Terhadap Penarikan Sepeda Motor Yamaha* Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian.
- Hapsila, A dan Astarina, I, 2019, *Pengaruh Simpanan Tabungan dan Kredit yang Disalurkan Terhadap Laba Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk Unit Kerumutan*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume VIII, No. 01 September 2019
- Hardiwardoyo, W, 2020, *Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19*, Baskara Journal of Business & Entrepreneurship
- Nurjannah, 2010, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Ponsel GSM Tipe QWERTY*”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Pakpahan, A. K, 2020. *Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia

YAYASAN AKRAB PEKANBARU

Jurnal AKRAB JUARA

Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (86-101)

Sugiharto, S. A dan Ramadhana, M. R, DKK, 2018, “*Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek*” Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol. VIII, No. 2

Yusniaji, F dan Widajanti, E 2013, *Analisis Penentuan Persediaan Bahan Baku Kedelai yang Optimal dengan Menggunakan Metode Stockhastic pada P.T Lombok Gandaria*, Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta