

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Dampak COVID-19 Pada Pedagang Kaki Lima

1. Penurunan Pendapatan di Lapangan Rejoagung

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah di lakukan kepada pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung, dari hasil wawancara dengan 7 orang pedagang makanan dan minuman, diketahui bahwa terdapat penurunan pendapatan yang signifikan terhadap keseluruhan pedagang kaki lima di Lapangan rejoagung .Saat di tanya mereka mengaku setelah adanya pandemi pendapatan mereka tidak menentu, mereka mengaku pendapatan mereka berkurang hingga 50 % dari hari sebelum pandemi corona.

Penurunan pendapatan pedagang di Lapangan Rejoagung hingga 50 % tersebut di sebabkan berkurangnya pengunjung Lapangan Rejoagung secara signifikan. Dikarenakan rata - rata pengunjung di Lapangan Rejoagung merupakan pengunjung dari luar daerah yang datang, untuk melihat ataupun mengikuti berbagai acara keramaian yang di adakan di Lapangan Rejoagung, Pengunjung yang beristirahat makan dari perjalanan jauh, maupun pengunjung dari luar daerah yang sengaja datang untuk melihat Lapangan Rejoagung.

Sedangkan di masa pandemi searang ini Pemerintah juga menerapkan kebijakan pembatasan aktivitas atau kegiatan masyarakat yang terus di lakukan maupun di perpanjang hingga tingkat kasus aktif COVID-19 sudah menurun. Dengan begitu kegiatan yang melibatkan banyak orang di Lapangan Rejoagung tidak diperbolehkan.

Hal tersebut di benarkan oleh Bupati Tulungagung Maryoto Birowo yang mengeluarkan surat edaran mengenai penutupan seluruh tempat wisata yang ada di daerah setempat. Surat edaran itu ditempel ke sejumlah lokasi dan tempat umum untuk memastikan kebijakan pembatasan berlaku efektif di sektor industri pariwisata. Lebih jelasnya Maryoto menyebutkan penutupan akan dilakukan hingga batas waktu yang belum ditentukan.

Adanya penurunan pendapatan juga di sebutkan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto diliput dari CNN Indonesia menyatakan sebagian besar usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) membukukan penurunan omzet lebih dari 30 persen tahun 2020. Jumlahnya sekitar 63,9 persen dari total UMKM yang mencapai 64,2 juta di Indonesia.¹³⁴

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Sinaga dan Purba bahwa hal-hal yang menyebabkan terjadinya penurun pendapatan pedagang adalah

¹³⁴ CNN Indonesia, "Airlangga Sebut Omzet UMKM Anjlok 30 Persen Akibat Corona" , dalam <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201215133533-92582332/airlangga-sebut-omzet-umkm-anjlok-30-persen-akibat-corona> , diakses pada 31 maret 2021

berkurangnya jumlah pembeli yang datang. Pemicu yang menyebabkan semakin berkurangnya jumlah pembeli yakni adanya peraturan Pemerintah dengan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)¹³⁵

2. Respon Pedagang Terhadap Penurunan Pendapatan

Dari paparan di atas pengunjung atau pembeli yang tersisa kebanyakan adalah penduduk lokal Tulungagung. Dari hasil wawancara terhadap pengunjung di Lapangan Rejoagung mereka berkunjung untuk berekreasi mencari hiburan, dan untuk berolahraga di Stadion Rejoagung, dengan tentunya tetap mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan Pemerintah.

Walaupun berkurang signifikan Pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung mengaku memilih tetap berdagang, dikarenakan berdagang merupakan mata pencaharian utama mereka. Dan berdagang pula merupakan keahlian utama mereka, Jika di lihat dari riwayat pendidikan pedagang di Lapangan Rejoagung dari 7 orang narasumber 4 orang berpendidikan terahir SD satu orang SMP dan dua orang SMA. pedagang tentunya akan kesulitan untuk mencari lapangan kerja lain.

Penelitian dari SMERU Research Institute pada Maret 2020 menyebutkan terdapat peningkatan jumlah pengurangan penyerapan tenaga kerja yang mencapai sekitar 1,6 juta hingga 2,3 juta orang¹³⁶. Hal tersebut

¹³⁵ Robert Sinaga ,Melfrianti Roauli Purba, *Pengaruh pandemi Virus Corona (COVID-19) Terhadap Pendapatan Pedagang Sayur Dan Buah di Pasar Tradisional (Pajak Pagi Pasar V) Padang Bulan*, (Regionomic/Vol.2/No. 02/Oktober: 2020)

¹³⁶ Muhammad Adi Rahman,et. al., *Mengantisipasi Dampak Krisis Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Ketenagakerjaan*, (The SMERU Research Institute: No. 4 Jul 2020)

akan membuat perubahan pada pasar tenaga kerja yang akan terjadi pada masa pascakrisis yang akan menyebabkan tersingkirnya tenaga kerja berpendidikan dan berketerampilan rendah dari sektor formal seperti pada pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung.

Tenaga kerja berpendidikan atau berketerampilan rendah akan lebih terdorong ke sektor informal, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Maka dari itu keputusan untuk tetap berdagang merupakan keputusan paling rasional yang dapat di ambil oleh pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung.

B. Strategi Adaptasi Pedagang Kaki lima di Lapangan Rejoagung Dalam Mengadapi Pandemi COVID-19

Strategi adaptasi merupakan sebuah upaya atau tindakan terencana yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk dapat menanggulangi masalah yang dihadapi dengan keadaan lingkungan fisik sekitar dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Defenisi dari strategi bertahan hidup (*coping Strategi*) menurut suhartono adalah kemampuan seseorang dalam menerapkan seperangkat cara untuk mengatasi berbagai permasalahan yang melingkupi kehidupannya. Selanjutnya Edi Suhartono menyatakan strategi bertahan hidup dalam mengatasi goncangan dan tekanan hidup dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dikelompokkan dengan 3 cara, Yaitu:

1. Strategi aktif, yaitu strategi yang mengoptimalkan segala potensi keluarga (misalnya melakukan aktifitas sendiri, memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber daya alam di lingkungan sekitarnya.)
2. Strategi pasif, yaitu mengurangi pengeluaran keluarga (misalnya pengeluaran sandang, pangan, pendidikan dan sebagainya).
3. Strategi jaringan, misalnya menjalin relasi yang baik secara formal maupun informal dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan (misalnya meminjam uang tetangga, mengutang di warung, memanfaatkan program kemiskinan, meminjam uang ke renteinir, atau bank dan sebagainya)¹³⁷

1. Strategi Aktif

Dari wawancara yang telah dilakukan kepada 7 orang pedagang di Lapangan Rejoagung adapun strategi aktif yang mereka terapkan diantaranya yaitu: bersikap baik dan ramah terhadap pelanggan, menambah maupun merubah ragam produk yang mereka jual, dan melakukan bisnis sampingan.

Bersikap ramah tentunya merupakan dasar yang mestinya di tetapkan bagi pedagang untuk bersikap kepada pelannganya agar di dapatkan suasana yang nyaman. Bersikap baik di jelaskan pada teori ekonomi Islam sebagai penerapan etika bisnis Islam. Dalam berbisnis, seorang muslim haruslah memiliki etika dalam melaksanakan bisnisnya, Etika bisnis didefinisikan

¹³⁷ Edi Suhartono, “*Copin Strategies dan Keberfungsian Sosial : Mengembangkan Pendekatan Pekerjaan Sosial Dalam Mengakaji dan Menangani Kemiskinan*”, dalam [http://www.policy.hu/suharto/modul a/makindo 07.htm](http://www.policy.hu/suharto/modul_a/makindo_07.htm) diakses pada 31 maret 2021

sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.¹³⁸

Dalam teori etika bisnis Islam bersikap baik dan ramah merupakan bagian dari konsep *Tauhid*. Konsep *Tauhid* berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai *khalifah*, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.¹³⁹

Teori tersebut sesuai dengan penelitian dari Octaviani, Fatgehipon dan Sujarwo yang juga menyebutkan bahwa strategi adaptasi yang dapat dilakukan pedagang di masa pandemi yaitu dengan membangun komunikasi yang aktif dengan pelanggan, menggunakan nilai kejujuran, dan pelayanan yang ramah.

Begitu pula menurut penelitian Naili, Naryoso dan Ardyan, bahwa customer relationship marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam peningkatan kinerja pemasaran UMKM dengan cara meningkatkan kualitas hubungan dan orientasi kewirausahaan. Hal tersebut dapat dilakukan agar hubungan antar pelaku UMKM dengan para pemasok bahan baku ataupun konsumen semakin erat. Yang kemudian dapat berdampak pada

¹³⁸ Faisal Badroen.,et al., *Etika Bisnis Dalam Islam*,(Prenadamedia Group: 2006), hal 15

¹³⁹ Ibid..., hal 89

munculnya loyalitas pelanggan ataupun pemasok bahan baku. Ketika loyalitas pelanggan tercapai, maka kemungkinan untuk mendapatkan penghasilan tetap melalui pembelian yang teratur dapat meningkat.¹⁴⁰

Dari teori-teori tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan sikap yang baik dan ramah maka di dapatkan suasana yang nyaman antara pedagang dan juga pembeli. Dari suasananya yang nyaman tersebut maka kesetiaan pelanggan akan di dapatkan. Dan pembeli pun menjadi pelanggan tetap.

Strategi aktif berikutnya yang dilakukan oleh pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung dari 7 orang informan 4 orang mengaku melakukan usaha dengan menambah ragam dagangan maupun merubah menu yang di jual. Seperti ibu Tina (35) mengaku berusaha mendapat tambahan pendapatan dengan membuat jajanan. Selain itu pedagang di Lapangan Rejoagung juga memiliki relasi dengan menerima titipan makanan yang nantinya labanya akan di bagi sesuai kesepakatan. Namun dalam penerapannya untuk menambah ragam dagangan maupun merubah menu yang di jual. satu informan yaitu Bapak Purwanto (56) mengaku tidak adanya perubahan berarti dengan melakukan setrategi tersebut.

Jika di lihat dari teori Gaughan dalam bukunya yang berjudul “*Mergers, Acquisition, and Corporate Restructuring*” faktor kegagalan bisnis dikategorikan menjadi 7 kategori yaitu faktor ekonomi, faktor keuangan,

¹⁴⁰ Naili, F., Naryoso, A., & Ardyan, E. *Model of relationship marketing partnerships between batik SMEs and batik distributors in central Java*, (Indonesia, International Journal of Social Ecology and Sustainable Development: 2017), hal 1–14.

faktor pengalaman, penipuan, bencana, faktor strategi, dan lain-lain. Dan lain-lain dalam hal ini adalah seperti kebiasaan kerja yang buruk dan konflik bisnis.¹⁴¹ Lalu di bandingkan dengan keadaan di masa pandemi, kegagalan tersebut dapat di kategorikan dari faktor bencana, yang telah membuat berkurangnya jumlah pembeli yang ada. Lalu juga faktor keuangan, dimana dari pengakuan pedagang di lapangan rejoagung dampak pandemi COVID-19 membuat pendapatan mereka menurun hingga 50%

Menurut Azizah et.al Strategi yang harus diperhatikan dalam ekspansi bisnis adalah menelaah kembali bisnis, mempermudah prosesnya, mengenali customer base serta kebutuhannya, dan mengklasifikasi produk yang mudah dijual. Dan juga hal yang tidak boleh dilewati adalah melakukan digitalisasi produk dengan mengunggahnya ke dalam katalog yang mudah dibagikan.¹⁴²

Strategi aktif yang ke tiga yaitu dengan melakukan bisnis sampingan. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dari 7 orang informan 4 orang memiliki usaha lain selain berdagang di Lapangan Rejoagung. Usaha sampingan sendiri dilakukan karna pedagang merasa menggantungkan hidup dari berdagang saja, yang notabnya dari pengakuan yang telah responden berikan tidaklah cukup untuk menutupi kebutuhan hidup. Maka pedagang berupaya untuk melakukan usaha sampingan.

¹⁴¹ Muhammad Yusri Ali dan David Sukardi Kodrat, *Faktor Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Pada Perusahaan Mitra Jaya Abadi*, (Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April: 2017)

¹⁴² Fadilah Nur Azizah, et. all., *Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal*, (OECONOMICUS Journal of Economics, Vol. 5, No. 1 , December 2020)

Hal tersebut sesuai dengan penelitian Sudiartini et.al dalam penelitiannya pada pedagang kaki lima di kota Denpasar dalam menghadapi masa *social distancing* menggunakan analisis SWOT dalam menyiasati peluang dan kelemahan pedagang, pedagang dapat meningkatkan teknologi media promosi, meraih peluang pasar dengan menjalin kemitraan serta mencari peluang usaha lain yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.¹⁴³

2. Strategi pasif

Seperti yang telah di jelaskan sebelumnya setrategi pasif yaitu dengan melakukan penghematan dengan mengurangi pengeluaran. Dari hasil wawancara kepada 7 orang pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung, 5 orang pedagang mengaku melakukan penghematan kebutuhan pokok dan juga melakukan pengurangan pada modal usaha mereka . Sementara 2 lainnya tidak melakukan penghematan secara khusus.

Melakukan penghematan juga di jelaskan pada *Al Isra* ayat 27 yang berbunyi

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”¹⁴⁴

¹⁴³ Ni Wayan Ari Sudiartini, et. all., *Strategi Bisnis Pedagang Kaki Lima Pada Masa Social Distancing di Kota Denpasar*, (Open Journal Systems, Vol.14 No.11 Juni :2020)

¹⁴⁴ Kementrian Agama: Al-Qur'an dan Terjemahan, “*Al Isra* ayat 27 “, dalam <https://quran.kemenag.go.id/sura/17/27> diakses pada 1 april 2021

Islam pun mengajarkan untuk senantiasa hidup hemat. Setiap manusia sejatinya memiliki jenis kebutuhan dan pengeluarannya masing masing seperti kebutuhan primer, sekunder dan tersier yang jika kebutuhan utamanya (sandang, pangan, papan) telah terpenuhi maka manusia harusnya bisa melakukan kompromi terhadap kebutuhan sekundernya.

Namun bagi pedagang pengeluaran keluarga mereka bukan hanya mengenai pangan dan papan saja akan tetapi biaya operasional toko menjadi beban yang harus dibayar oleh pedagang, maka dari itu pada masa pandemi ini melakukan penghematan merupakan strategi bertahan hidup. Dimana pendapatan sudah tidak mampu menutupi pengeluaran maka jalan satu satunya yaitu mengurangi beban pengeluaran agar usaha pedagang bisa tetap beroperasi seperti biasa.

Begitu pula yang di sampaikan Awaloedin et.al bahwa pelaku UMKM harus selalu dapat mengantisipasi dan beradaptasi terhadap perubahan atau risiko yang mungkin terjadi pada bisnis. Sehingga dapat memproyeksikan keberlangsungan usaha. Pelaku UMKM harus dapat membuat sistem pemodalan dan pola pengeluaran. Dengan begitu, dapat meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan saat kondisi keuangan sulit. Kemudian catat pola pengeluaran menjadi 4 pos yaitu primer berkaitan dengan biaya operasional, kewajiban berkaitan dengan upah atau gaji pekerja, sekunder, dan

investasi. Tandai beberapa pengeluaran sekunder dan alihkan pengalokasian pengeluaran tersebut untuk modal tambahan atau investasi.¹⁴⁵

3. Strategi Jaringan

Seperti yang telah di jelaskan sebelumnya strategi jaringan merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan relasi atau hubungan dengan seseorang dan lingkungan sekitar. Untuk pedagang di Lapangan Rejoagung sendiri mereka memiliki paguyuban Saham Modal Koprasi yang menyediakan fasilitas arisan dan juga koperasi simpan pinjam bagi para pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung. Dari hasil wawancara kepada 7 orang pedagang, seluruhnya mengaku jika dari adanya arisan dan koperasi telah membantu mereka mengatasi masalah keuangan di tengah pandemi COVID-19. Hal tersebut tentunya lebih baik daripada harus berhutang di BANK ataupun rentenir yang harus membayar bunga.

Dari wawancara yang telah di lakukan peneliti terhadap 7 orang pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung 4 orang mengaku juga mendapatkan bantuan dari Pemerintah. Bantuan tersebut dirasa pedagang efektif gunakan untuk membantu pemodalan usaha mereka dan juga sebagai biaya hidup sehari hari. Bantuan yang di berikan diantaranya :

Listrik gratis. Program listrik gratis berlaku bagi pelaku bisnis dan industri kecil yang berlangganan B1 450 VA dan I1 450 VA. Token listrik

¹⁴⁵ Dipa Teruna Awaloedin, et. all., *Strategi Menghadapi Dampak Pandemi covid 19 terhadap Usaha Kecil dan Menengah*, (Yayasan Memajukan Ilmu dan kebudayaan: 2 mei 2020)

gratis dapat diakses melalui website Perusahaan Listrik Negara (PLN) atau hatsApp yang disediakan. Sedangkan, bagi pelanggan bisnis dan industri 450 VA pascabayar, secara otomatis tagihan untuk pemakaian rekening sebesar nol rupiah.

Lalu bantuan langsung tunai (BLT) yang diberikan kepada pelaku UMKM sebesar Rp 2,4 juta. Bantuan diberikan secara langsung melalui rekening penerima.¹⁴⁶

Selanjutnya yaitu bantuan sosial tunai (BST) bantuan tersebut senilai Rp 300 ribu melalui surat undangan dari Ketua RT. Diketahui, Bantuan Sosial Tunai (BST) diberikan selama empat bulan, mulai Januari-April 2021 senilai Rp 300 ribu per bulan per KK.¹⁴⁷

Menurut Azizah dengan tetap menjaga hubungan baik dengan supplier, distributor dan vendor, dan juga bekerja sama dengan lembaga keuangan seperti perbankan sebagai mitra sebagai sumber pembiayaan dan pendampingan pengembangan usaha merupakan hal yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha.

Begitu pula dengan penelitian Komara, Setiawan dan Kurniawan yang menjelaskan bahwa pelaku UMKM dapat mencari sumber permodalan murah yang ditawarkan oleh investor, pemerintah atau lembaga keuangan lainnya

¹⁴⁶ Mela Arnani, “Bantuan Saat Pandemi Corona yang Bisa Didapatkan UMKM”, dalam <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/25/170500765/bantuan-saat-pandemi-corona-yang-bisa-didapatkan-umkm> diakses pada 9 febuari 2021

¹⁴⁷ Tribunnews, “Cek Penerima Bansos Tunai Rp 300 Ribu, Ini Cara Pencairan Bantuan 2021”, dalam <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/02/26/login-dtkskemensosgoid-cek-penerima-bansos-tunai-rp-300-ribu-ini-cara-pencairan-bantuan-2021>. Diakses 4 april 2021

untuk membangkitkan kembali usahanya. Melakukan negosiasi dan restrukturisasi kredit yang ada agar bisa memberikan ruang gerak usaha yang cukup untuk bisa kembali bangkit ketika pandemi COVID-19 usai dan krisis ekonomi global tengah melanda.¹⁴⁸

Sementara itu terkait dengan bantuan yang diberikan Pemerintah, Menurut Iping, secara ekonomi pemberian BLT memberikan dampak yang sangat signifikan untuk mempertahankan daya beli dan kepada kelompok pelaku usaha untuk kelangsungan usaha dan meminimalkan dampak pemutusan hubungan kerja (PHK)¹⁴⁹

Namun berbeda pada penelitian dari Khoiriyah et.al, bantuan sosial tunai kurang efektif bagi sebagian orang. meski memang sangat membantu bagi masyarakat yang terdampak COVID-19 dan memperoleh bantuan tersebut. Namun pada orang-orang yang tidak memperoleh bantuan akan memicu konflik-konflik antar masyarakat karena terdapat kecemburuan sosial¹⁵⁰

Menurut ketua UKM Center Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (FEB-UI), Zakir Mahmud, mengatakan program bantuan produktif untuk usaha mikro (BPUM) pada dasarnya berdampak langsung dalam

¹⁴⁸ Beni Dwi Komara, et. all., *Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global*, (Jurnal Manajemen Bisnis Volume 17, No. 3, Juli: 2020),

¹⁴⁹ Baso Iping, *Perlindungan Sosial Melalui Kebijakan Bantuan Langsung Tunai (BLT) di Era Pandemi COVID-19: Tinjauan Perspektif Ekonomi Sosial*, (JMPIS Volume 1, Issue 2, Juli: 2020)

¹⁵⁰ Fatkhul Khoiriyah, *Efektivitas Pelaksanaan Bantuan Sosial Dari Pemerintah Terhadap Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Desa Gendongarum Kecamatan Kanor Kabupaten Bojonegoro*, (Spirit Publik Volume 15, Nomor 2: 2020) Hal 97-110

menggerakkan ekonomi domestik. Namun, lanjut Zakir, penyaluran yang tidak tepat harus diperbaiki. Menurutnya pemerintah tidak bisa secara langsung mengimplementasikan program BPUM tahap II di 2021, sebelum ada evaluasi terkait efektivitas kebijakan Pemerintah.

Sementara Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun, meyakini bahwa program BPUM sudah tepat sasaran dan mampu berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. karna penerima BPUM berbasis data yang dimiliki oleh Kementerian Koperasi dan UKM.¹⁵¹

¹⁵¹ Hafid Fuad, “UI Kaji Efektivitas Bantuan Pandemi untuk UMKM dari Pemerintah”, dalam <https://www.idxchannel.com/economia/ui-kaji-efektivitas-bantuan-pandemi-untuk-umkm-dari-pemerintah> diakses pada 2 april 2021

Dari paparan tersebut dapat di simpulkan bahwa bantuan- bantuan yang di peroleh, terutama pedagang kaki lima di Lapangan Rejoagung memang efektif dalam membatu perekonomian mereka. Namun jika di lihat 3 orang dari 7 informan tidak mendapatkan bantuan sama sekali dari pemerintah berarti untuk kedepannya penyaluran bantuan 2 tersebut masih harus di kaji ulang agar lebih tepat sasaran menyasar seluruh pelaku UMKM terdampak.