

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

UMKM berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 memiliki ciri-ciri yang berikut ini. Kriteria untuk usaha mikro mencakup kekayaan bersih senilai Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) yang tidak mencakup tanah serta bangunan yang digunakan sebagai lokasi usaha, dan hasil penjualan tahunan maksimum sebesar Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Azrul Tanjung didalam bukunya yang berjudul *Koperasi dan UMKM sebagai fondasi perekonomian Indonesia* (2016) menjelaskan ciri-ciri usaha mikro, yaitu:

1. Pencatatan keuangan belum dijalankan bahkan secara sederhana perusahaan tidak mampu untuk membuat neraca keuangan perusahaannya.
2. SDM yang masih rendah dan tidak berpengalaman.
3. Pendanaan perusahaan dimiliki dari rentenir bukan dari bank.
4. Tidak memiliki izin usaha apapun.
5. Memiliki tenaga usaha yang sedikit, umumnya berjumlah kurang dari 4 orang.
6. Perputaran usaha yang cepat.
7. Pada umumnya sumber daya manusia yang dimiliki bersifat tekun sehingga mudah untuk dibimbing.

Dalam kamus literatur, batas bawah dan batas atas dari usaha kecil dan menengah telah berbeda didefinisikan oleh negara dan organisasi internasional berdasarkan nomor karyawan, omset tahunan, asset modal, penggunaan input, kapasitas produksi, tingkat teknologi adopsi, praktik manajemen dan tentang karakteristik khusus untuk sektor, wilayah dan negara.

UMKM dapat dipisahkan antara formal dan informal berdasarkan perusahaan tersebut terdaftar atau tidaknya ke pemerintah terkait. Ciri-ciri UMKM sektor formal dan informal berbeda dalam hal produktivitas, upah dan kualitas produk. Menurut IFC, 72%, 20% dan 8% UMKM beroperasi di sektor perdagangan dan jasa, sektor manufaktur, pertanian dan sektor lainnya. Dengan pengertian tersebut, UMKM dapat disimpulkan usaha yang berdiri sendiri dengan sifat

produktif dan dilakukan oleh sejumlah orang atau individu yang pemiliknya berupaya untuk membangkitkan perekonomiannya dengan skala yang terbatas.

NO	Kecamatan	Jumlah
1	Pamulang	17.919
2	Ciputat	13.508
3	Ciputat Timur	12.838
4	Pondok Aren	17.944
5	Serpong	12.607
6	Serpong Utara	9.511
7	Setu	5.801
Jumlah	Kecamatan	90.128

Gambar 1-1 Data pelaku UMKM di Tangerang Selatan tahun 2020

Sumber: JURNAL MADANI: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora: Faktor Pemasaran Dalam Pengelolaan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19, 2021.

Gambar 1.1 menyajikan data UMKM yang data UMKM di Kota Tangerang Selatan pada tahun 2020. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memfokuskan perhatian pada usaha mikro yang berlokasi di Kota Tangerang Selatan yang dijalankan oleh pengusaha perempuan sebagai subjek penelitian. Pemilihan subjek penelitian ini didasarkan pada keinginan untuk lebih memahami pengaruh pandemi COVID-19 terhadap UMKM yang dikelola oleh wanita sebagai pemilik atau pengelola bisnis. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menggali dampak krisis ini dengan lebih mendalam dalam kerangka kontekstual yang lebih terbatas, yaitu dalam wilayah kota tersebut dan dengan fokus pada perempuan yang berperan aktif dalam menjalankan bisnis mikro mereka.

Definisi UMKM

Menurut Jewelikar dan Shelke (2017), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah sektor yang aktif dan memiliki peran vital dalam menciptakan

banyak lapangan kerja. UMKM juga berkontribusi pada industrialisasi di daerah pedesaan serta wilayah yang kurang berkembang, dengan tujuan mengurangi ketimpangan di dalam suatu wilayah. Selain itu, sektor ini memberikan sumbangan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Salah satu pendekatan pemerintah untuk memperkuat perekonomian nasional adalah melalui dukungan terhadap UMKM di sektor-sektor yang krusial bagi kemajuan ekonomi bangsa (Mediany, 2024). UMKM memiliki potensi untuk menjadi penggerak utama bagi perekonomian negara. Meskipun produktivitasnya rendah, UMKM tahan krisis dan mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar. Karena UMKM mempunyai struktur organisasi dalam suatu perusahaan dan tenaga kerja yang sederhana (Mediany, 2024).

Karakteristik Pelaku UMKM

Kewirausahaan merupakan salah satu penggerak perekonomian negara. Semakin banyak wirausaha berarti semakin banyak peluang bagi bidang bisnis baru, sehingga semakin banyak lapangan kerja yang bisa berkembang. Perkembangan Revolusi Industri 4.0 mendorong para wirausahawan untuk menjadi wirausaha teknologi yang menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penting bagi perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang berdaya saing di era Industri 4.0 dan mampu memberikan solusi terhadap permasalahan negara seperti kemiskinan dan pengangguran (Mediany, 2024).

Karakteristik UMKM yang dibahas dalam studi ini mengidentifikasi karakteristik pelaku UMKM yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu aspek individu dan aspek psikologis (Muharastri, 2013). Aspek individu merujuk pada sifat-sifat yang telah ada dalam diri seorang wirausaha sejak lahir hingga terbentuk melalui pengalaman hidup yang dilalui. Ramanti (2006) menjelaskan bahwa karakteristik individu adalah ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki seseorang yang terlihat melalui cara berpikir, tindakan, dan perilakunya. Ada dua faktor utama yang sangat mempengaruhi sifat manusia, yaitu faktor personal dan situasional. Faktor personal melibatkan elemen-elemen yang sudah melekat dalam diri individu,

sedangkan faktor situasional merupakan elemen yang muncul dari lingkungan luar individu dan memengaruhi perilakunya.

Pelaku UMKM yang berhasil perlu memiliki sifat kewirausahaan. Sifat kewirausahaan mencakup karakteristik demografis seperti umur dan jenis kelamin, serta pendidikan dan pengalaman yang membentuk ketertarikan terhadap dunia entrepreneur (Kolvereid, 1996; Volery et al. 1999; Pambudy, 1999 dan Dirlanudin, 2010). Selain dari karakteristik demografis tersebut, pelaku UMKM harus juga memiliki ciri-ciri karakter seperti kerja keras, disiplin, keberanian mengambil risiko, rasa percaya diri, inovasi, kemandirian, toleransi terhadap ketidakpastian, serta rasa tanggung jawab (Kao 1991; Kuratko dan Hodggress 2007; Basrowi 2011; Danarti 2012; Hasbullah dan Sulaeman 2012; Taleghani, et al. 2013).

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah konsep yang diakui secara universal yang dapat diterapkan pada usaha baru di bidang rekreasi, perusahaan kecil hingga menengah, organisasi nasional dan multinasional yang lebih besar, dan organisasi sektor publik di bidang rekreasi (Ratten, 2011). Meskipun konsep kewirausahaan diakui secara global, definisinya bervariasi. Menurut Kearney (2022), ada banyak bentuk kewirausahaan termasuk kewirausahaan sektor swasta, kewirausahaan sektor publik, kewirausahaan perusahaan (kadang-kadang disebut sebagai usaha patungan perusahaan, kewirausahaan organisasi, dan intrapreneurship) dan kewirausahaan sosial. Kewirausahaan juga dapat ditemukan di semua profesi mulai dari pendidikan hingga kedokteran, atau dari teknik hingga arsitektur. Kirkham dkk. (2011) menyatakan bahwa telah muncul konsensus bahwa kewirausahaan adalah tentang mengenali peluang, menemukan alternatif, dan memilih yang terbaik.

Di era pascapandemi, praktik kewirausahaan di industri rekreasi semakin penting dan relevan seiring dengan kebutuhan masyarakat untuk memenuhi tujuan aktivitas fisik, peluang kesehatan dan kebugaran, serta meningkatkan pengalaman rekreasi (Miles & Shipway, 2020). Studi ini membahas praktik kewirausahaan, bukan wirausahawan, sebagai tindakan yang disengaja untuk menghasilkan inovasi, yang merupakan kata lain yang sama kontroversialnya.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Akhir tahun 2019 pada bulan Desember, dunia digemparkan dengan wabah baru yang bersifat mematikan secara masif. Wabah ini pertama kali ditemukan di China tepatnya di kota Wuhan. China menetapkan wabah tersebut pada tanggal 7 Januari 2020 sebagai varian virus baru bernama Coronavirus. Pernyataan “*urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause*” telah dikeluarkan oleh Wuhan Municipal Health Committee (Hanoatubun, 2020). Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organisation* atau WHO) menyatakan wabah ini sebagai keadaan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional (*Public Health Emergency of International Concern* atau PHEIC) pada tanggal 30 Januari 2020, dan menilai wabah ini telah menjadi pandemi pada tanggal 11 Maret 2020.

Akibat dari COVID-19 sangat berdampak pada perekonomian secara global. China merupakan negara dengan pendapatan ekonomi terbesar nomor dua di dunia. Terjadi perlambatan pertumbuhan ekonomi di China yang sangat signifikan, pada awal tahun wabah COVID-19 menyebar Tiongkok terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi dari tahun sebelumnya sebesar 6,1% menjadi 3,8%. Dikarenakan wabah semakin mendunia, pertumbuhan ekonomi China menjadi sangat terpuruk hingga 0,1% dan menyentuh angka minus. Hal ini merupakan imbas dari pemberhentian mobilitas dari semua sektor industri yang ada di China (Iskandar *et al*, 2020). WHO secara resmi keadaan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional (PHEI) untuk COVID-19 pada tanggal 5 Mei 2023.

Pasca terjadinya COVID-19 sangat penting untuk diteliti, sehingga masyarakat akan lebih waspada apa yang harus mereka lakukan ketika pandemi seperti ini akan datang kembali (Fitriyani *et al*, 2020). Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi guna mengembalikan eksistensi dari pelaku UMKM untuk bangkit dari pandemi COVID-19. Salah satunya menerapkan strategi oleh Henry Mintzberg dalam Pedersen dan Ritter (2020) yaitu 5P (*Plan, Ploy, Pattern, Position and Perspective*). Pedersen dan Ritter (2020) arti dari *plan* adalah strategi yang direncanakan sebelum diimplementasi. *Ploy* merupakan tindakan untuk

membedakan strategi bisnis dari pelaku usaha dari pesaing bertujuan untuk mengungguli pesaing. Strategi *pattern* merupakan aktifitas dari suatu perusahaan yang pernah dilakukan sebelumnya secara berulang. *Position* merupakan pelaku usaha menggunakan sumber daya yang ada untuk menciptakan suatu produk yang khas sehingga dapat mengungguli pesaing. *Perspective* mengacu kepada pelaku bisnis memandang dirinya sendiri dalam dunia luar sebagai salah satu strategi bisnis.

Pemilik bisnis atau UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memiliki perhitungan tersendiri terhadap laba di setiap pendapatannya. Pemilik bisnis atau UMKM ini sangat memperhitungkan dengan teliti agar tidak terjadi krisis terhadap usaha yang sedang mereka jalankan. Akan tetapi, dampak dari pandemi COVID-19 menjadikan beberapa perusahaan hingga UMKM di Indonesia mengalami krisis global dan krisis ini lebih besar dari yang pernah terjadi di tahun 2008 (Hidayat, 2020). Roda perekonomian hampir terhenti dan hal ini semakin dirasakan pengaruhnya, terlebih karena selama ini konsumsi domestik menopang hampir 60% produk domestik bruto (PDB) Indonesia (Hidayat, 2020).

COVID-19 sangat berdampak terhadap keberlangsungan bisnis skala besar maupun kecil seperti UMKM. Kebanyakan, pelaku usaha mengalami sesuatu hal yang tidak pasti mengenai hasil atau pendapatan saat terjadinya pandemi. Penurunan pendapatan ini menjadikan puluhan hingga ratusan UMKM menutup usahanya dikarenakan penetapan PSBB yang mengharuskan pekerja untuk bekerja dari rumah (*work from home*) dan menutup beberapa instansi publik serta menetapkan kebijakan *social distancing* (Fourqoniah & Aransyah, 2021). Pemanfaatan teknologi dan komunikasi di era pandemi khususnya penggunaan media sosial untuk berdagang sangat membantu mempertahankan usaha. Oleh karena itu pelaku usaha diharuskan untuk mampu memahami teknologi demi mempertahankan usahanya (Awali & Rohmah, 2020).

Selama masa pandemi COVID-19, semua aspek ekonomi di Indonesia mengalami penurunan, sehingga pelaku usaha harus benar-benar berhati-hati dalam menentukan langkah-langkah yang akan diambil (Alfrian & Pitaloka, 2020). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan rencana pemasaran untuk

memperkenalkan barang yang mereka tawarkan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, masyarakat dapat lebih mudah mengetahui produk yang tersedia, yang pada gilirannya dapat menciptakan lebih banyak peluang kerja (Sholicha & Oktafia, 2021). Berbagai faktor menjadi hambatan bagi UMKM dalam hal pemasaran, salah satunya adalah berkurangnya cara pemasaran yang sederhana seperti pemasaran dari mulut ke mulut. Kualitas produk yang masih di bawah standar dan harga yang tidak kompetitif juga berkontribusi. Singkatnya, metode pemasaran yang baru perlu diujicoba, terutama di tengah kondisi pandemi, agar pelaku UMKM dapat lebih cerdas dalam memperkenalkan produk mereka kepada konsumen.

Persoalan yang sudah dijabarkan tersebut dihadapi juga oleh pelaku UMKM khususnya di Kota Tangerang Selatan. Sangat penting mengetahui sejauh mana aspek produk, harga yang ditawarkan, promosi yang dilakukan dan tempat atau media yang dijadikan sebagai alat pengembangan UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Presensi kaum perempuan dalam berjalannya ekonomi, salah satunya mengacu pada ramainya perempuan yang turun langsung ke dunia usaha (*entrepreneur*) atau bidang pekerjaan yang lain. Berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional kurun waktu 2011 sampai 2015, penyampaian perempuan yang menjadi pengusaha (dengan status usaha milik sendiri maupun dibantu orang lain) menjelaskan bahwa adanya ketidakstabilan setiap tahunnya dan angka yang tertera masih dibawah pengusaha milik laki-laki (Statistik, 2016).

Status Pekerjaan Utama	Laki laki	Perempuan	Jumlah
Berusaha sendiri	117.909	64.669	182.578
Berusaha dibantu buruh tidak tetap/buruh tidak bayar	12.851	13.516	26.367
Berusaha dibantu buruh tetap/buruh dibayar	20.842	3.560	24.402
Buruh/Karyawan/Pegawai/Employee	298.613	161.687.	460.300
Pekerja bebas	22.300	13.486	35.786

Pekerja Keluarga/tak dibayar	8.886	23.532	324.18
------------------------------	-------	--------	--------

Gambar 1-2 Jumlah Penduduk Berumur 15 Tahun Keatas Menurut Jenis Kegiatan Selama Seminggu yang Lalu dan Jenis Kelamin (Orang)

Sumber: BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan pada Gambar 1-2 yang menyatakan bahwa jumlah penduduk yang berumur lebih dari 15 tahun keatas memiliki pekerjaan sebagai buruh/karyawan/pegawai terbanyak di Kota Tangerang Selatan baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Data menunjukkan, perempuan menduduki hampir setengah dari jumlah laki-laki bekerja sesuai klasifikasi pekerjaan. Hal ini membuktikan bahwa, perempuan di Kota Tangerang Selatan memiliki usaha atau pekerjaan setengah lebih sedikit dari laki-laki.

Provinsi/Kabupaten/Kota	Laki Laki		Perempuan	
	2021	2022	2021	2022
Banten	80,16	81,69	46,84	47,17
Padeglang	81,71	81,85	42,26	40,80
Lebak	82,33	82,32	50,45	49,31
Tangerang	81,00	83,06	46,08	50,33
Serang	80,67	81,51	46,78	46,76
Kota tangerang	79,28	83,57	49,14	48,67
Kota Cilegon	78,39	85,31	43,57	49,25
Kota Serang	78,47	79,65	45,03	49,25
Kota Tangerang Selatan	77,61	75,76	47,41	41,49

Gambar 1-3 Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Menurut Jenis Kelamin

Sumber: Badan Pusat Statistik 2023

Kota Tangerang Selatan menempati posisi terakhir dari setiap tahunnya untuk jumlah pekerja laki-laki di Provinsi Banten. Akan tetapi perempuan bekerja

di perempuan di Kota Tangerang Selatan menduduki posisi ketiga terbanyak pekerjanya di tahun 2021 dan mengalami penurunan di tahun 2022.

Kabupaten Lebak memiliki pekerja tertinggi dikarenakan masih banyak lahan luas untuk pertanian dan juga pariwisata hutannya. Kota Tangerang Selatan menduduki posisi terakhir karena kota ini termasuk kota baru perpecahan dari Kota Tangerang Selatan sehingga penduduknya tidak sebanyak kota-kota yang ada di Banten lainnya.

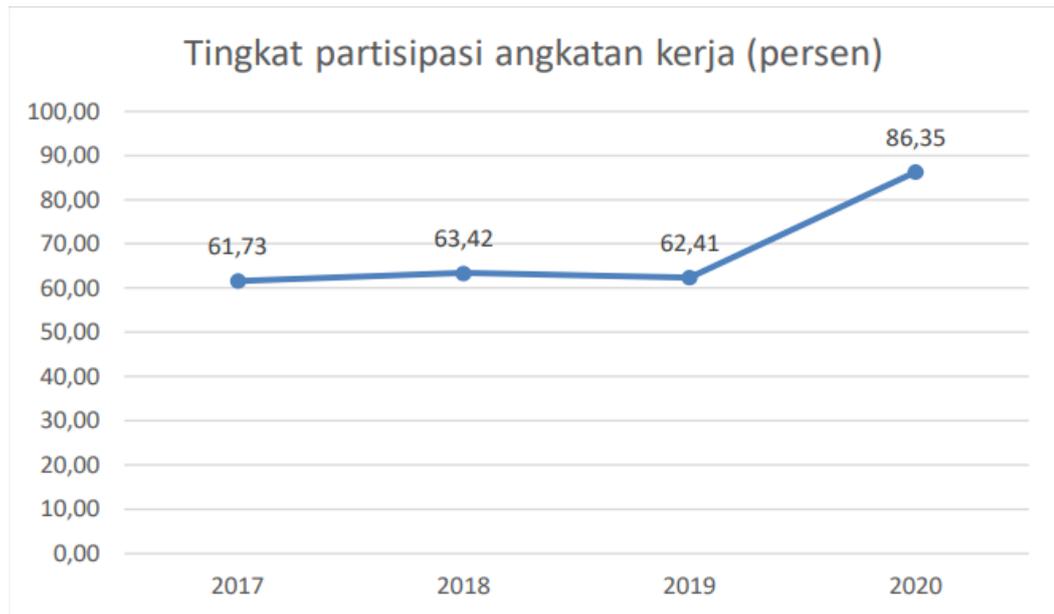
Golongan Umur	[17 Sektor Lapangan Usaha] Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas Yang Bekerja Menurut Golongan Umur dan Lapangan Pekerjaan Utama (Jiwa)		
	Jumlah		
	2022	2021	2020
15-19	163 130	157 335	177 991
20-24	577 275	561 748	553 177
25-29	714 962	704 459	694 046
30-34	762 956	740 710	717 100
35-39	746 722	728 357	723 116
40-44	751 048	714 949	699 404
45-49	684 236	663 424	631 308
50-54	586 824	562 313	520 747
55+	953 465	865 049	835 283
Jumlah	5 940 618	5 698 344	5 552 172

Kegiatan Utama <i>Main Activity</i>	Jenis Kelamin/Gender		
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
I. Angkatan Kerja/<i>Economically Active</i>	526 483	305 940	832 423
1. Bekerja/ <i>Working</i>	481 401	280 450	761 851
2. Pengangguran Terbuka/ <i>Unemployment</i>	45 082	25 490	70 572
II. Bukan Angkatan Kerja/<i>Economically Inactive</i>	142 381	357 187	499 568
1. Sekolah/ <i>Attending School</i>	55 567	57 876	113 533
2. Mengurus Rumah Tangga/ <i>Housekeeping</i>	23 353	263 118	286 471
3. Lainnya/ <i>Others</i>	63 371	36 193	99 564
Jumlah/<i>Total</i>	668 864	663 127	1 332 991

Gambar 1-4 Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas Yang Bekerja Menurut Golongan Umur dan Lapangan Pekerjaan Utama (Jiwa) / Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas Yang Bekerja Menurut Kegiatan Utama *Main Activity*

Sumber: Badan Pusat Statistik 2023 / BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Berdasarkan Gambar 1.4, penduduk dari Kota Tangerang Selatan lebih banyak lansia dengan umur 55 tahun keatas yang bekerja. Mereka bekerja dalam sektor pertanian dan perdagangan. Sedangkan untuk usia produktif 30 tahun hingga 34 tahun menempati posisi kedua terbanyak walaupun di tahun 2020 lebih banyak usia 35 hingga 39 tahun. Usia 25 tahun hingga 29 tahun dimana usia baru menyelesaikan studi menempati posisi ketiga. Berdasarkan Gambar 1.3 penduduk dari Kota Tangerang Selatan lebih banyak bekerja daripada pengangguran, dan hampir 60% Wanita memiliki pekerjaan dari laki-laki.

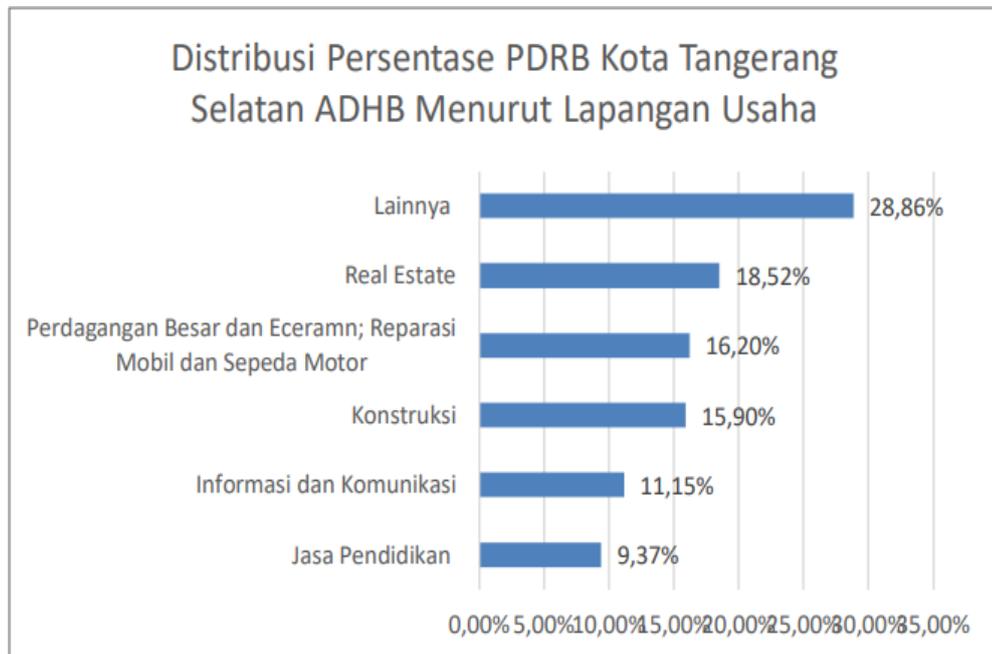


Sumber : BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Gambar 1-5 Jumlah Angkatan Kerja Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (Jiwa)

Sumber: BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Kota Tangerang Selatan berada di posisi ketiga dengan jumlah pekerja terbanyak di Provinsi Banten dibawah Kota Tangerang. Kota Tangerang Selatan disebabkan memiliki UMKM mandiri dan juga banyak dari warga Kota Tangerang Selatan yang merupakan pendatang dan bekerja di Jakarta. Berdasarkan grafik dari Badan Pusat Statistika Kota Tangerang Selatan tahun 2021, angka setiap tahunnya di Tangerang Selatan meningkat dari tahun 2017 hingga 2020 saat terjadinya pandemi COVID-19.



Sumber : BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Gambar 1-6 Distribusi Persentase PDRB Kota Tangerang Selatan ADHB Menurut Lapangan Usaha

Sumber: Badan Pusat Statistik 2023 / BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Dalam bukunya yang berjudul *Kewirausahaan dalam Statistik* (2016) oleh Dr. H. Buchari Alma menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi perempuan menjadi wirausaha antara lain dorongan hati seorang perempuan yang bersifat cermat, pandai dalam mengantisipasi yang akan terjadi di masa depan, dapat menjaga kerukunan serta hubungan kerja sama yang baik dalam rumah tangga sehingga hal tersebut dapat diaplikasikan ke dalam dunia usaha. Pengusaha perempuan cenderung lebih termotivasi oleh nilai-nilai personal, ekologis, sosial, dan keluarga dalam mengadopsi praktik ekopreneurship dibandingkan dengan pengusaha laki-laki serta kecenderungan perempuan yang lebih besar untuk terlibat dalam inisiatif sosial dan lingkungan menunjukkan perhatian mereka terhadap penciptaan nilai bagi masyarakat dan perbaikan kondisi lingkungan (Gunawan et al., 2021).

Di samping itu, tanggung jawab seorang ibu dalam merawat anggota keluarga dapat diperluas ke dalam manajemen perusahaan. Menurut Sumiyatiningsih (2014: 130), hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, sebagai

berikut: 1. Kesempatan yang lebih besar bagi perempuan untuk memperoleh pendidikan tinggi seperti halnya pria, 2. Pemerintah menerbitkan kebijakan baru yang memberikan akses bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan, dan 3. Pertumbuhan ekonomi atau industri yang cepat mendorong perempuan untuk berkarir di sektor publik (Puspitasari, 2012). Ada beberapa motif yang mendorong perempuan untuk berkontribusi dalam ekonomi, yaitu sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan keluarga, agar mereka tidak hanya bergantung pada penghasilan suami.

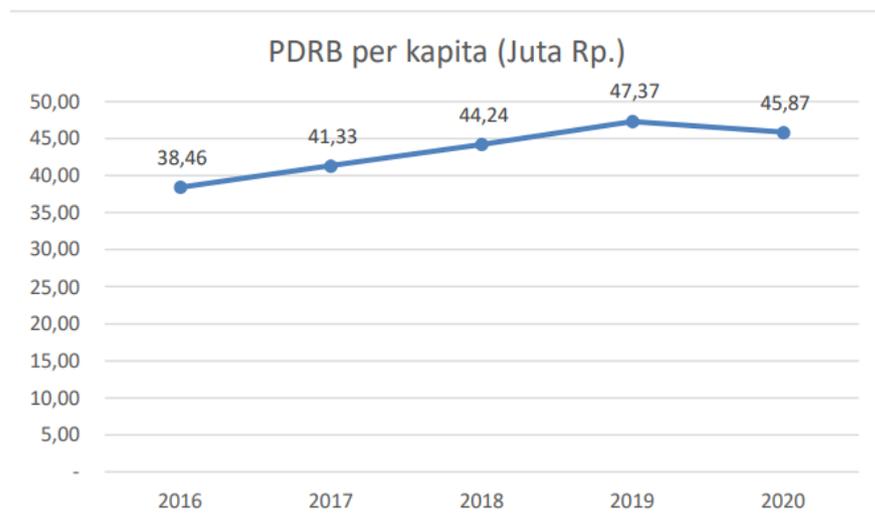
Konstruksi sosial sering kali memanfaatkan aspek positif dan negatif dari pasar dengan mengisi celah yang ada bagi pelanggan yang tidak terlayani dengan baik serta membawa perubahan dan inovasi ke dalam sistem sosial yang lebih besar. Selain itu, para insinyur sosial menemukan masalah mendasar dalam struktur sosial yang sudah ada dan mengatasinya melalui penerapan perubahan yang radikal. Namun, Leonard dan rekan-rekannya mengajukan pandangan yang berbeda mengenai kewirausahaan sosial di era pasca-modern. Masyarakat perlu menemukan metode inovatif untuk memberikan dukungan kepada kelompok target. Dalam dunia bisnis yang sangat canggih dan cepat berubah, terdapat berbagai program dukungan, baik finansial maupun non-finansial, yang sangat mendalam namun mudah diakses, yang dapat mendukung metode pendanaan baru seperti crowdfunding hingga batas tertentu jika dibandingkan dengan pendekatan tradisional. Pembiayaan massal dalam arti pembiayaan spiritual terhadap usaha bisnis yang unik merupakan bagian dari dimensi kewirausahaan sosial di masa depan. Dalam ekosistem kewirausahaan, perempuan pengusaha dianggap sebagai mesin baru pertumbuhan masyarakat dan pembangunan ekonomi (Nasir et al, 2019).

Keikutsertaannya dalam bidang perekonomian tidak dapat dipisahkan dengan antusias perempuan untuk memiliki pengetahuan yang lebih, baik pendidikan formal maupun non-formal. Pengetahuan tersebut memberikan jalan bagi perempuan untuk mendapatkan pola pikir yang baru sehingga memberikan persepsi baru terhadap perempuan yang terjun di bidang ekonomi, khususnya entrepreneur. Gunawan et al. (2021) menjelaskan bahwa sektor kerajinan di

Indonesia didominasi oleh perempuan, yang menunjukkan bahwa kualitas feminin (misalnya, kepedulian terhadap orang lain dan lingkungan, serta hubungan kekerabatan) sering kali tertanam dalam praktik bisnis mereka.

Perempuan memiliki pola pikir dan cara pandang yang sangat berkembang jika memiliki sebuah usaha, mereka memiliki potensi sikap dari perempuan guna memutuskan bagaimana jalan hidup yang mereka pilih diluar dari pandangan patriarki selama ini. Selain pemikiran yang inovatif, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menjadi tolak ukur yang sangat penting untuk suatu wilayah, dimana PDRB berfungsi untuk mengindikasi totalitas dari produksi suatu barang atau jasa sebagai dasar perencanaan dan evaluasi pembangunan.

Kabupaten/Kota	PDRB Perkapita Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (Ribu Rupiah)		
	2020	2021	2022
Kab Pandeglang	22 350,41	23 164,60	24 501,08
Kab Lebak	21 026,49	21 880,29	23 342,14
Kab Tangerang	41 964,18	44 111,80	47 776,14
Kab Serang	46 937,04	48 690,22	52 404,76
Kota Tangerang	75 559,88	78 528,11	94 382,54
Kota Cilegon	237 117,82	250 130,54	268 164,72
Kota Serang	45 962,97	47 549,15	50 979,70
Kota Tangerang Selatan	61 017,23	64 484,57	69 741,93
Provinsi Banten	52 729,40	55 207,80	60 990,14



Sumber : BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Gambar 1-7 PDRB Perkapita Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (Ribu Rupiah)

Sumber: Badan Pusat Statistik 2023 / BPS Kota Tangerang Selatan, 2021

Gambar 1.7 menyajikan data dari Badan Pusat Statistik bahwa Provinsi Banten yang memiliki PDRB tertinggi dari tahun 2020 hingga 2023 Kota Cilegon menempati posisi pertama berturut-turut lalu disusul oleh Kota Tangerang Selatan. Ketiga kota ini menempati posisi 3 besar stabil dari tahun ke tahunnya.

Walaupun tidak berada di urutan pertama dalam PDRB Provinsi Banten, Kota Tangerang Selatan merupakan wilayah yang memiliki pertumbuhan penduduk yang pesat, yaitu 7,30 pada tahun 2017, 2018 diangka 7,37 persen dan pada tahun 2019 di angka 7,35 persen. Walaupun pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0,02 persen, hal ini tidak menjadikan kedudukan Kota Tangerang Selatan bergeser dari laju pertumbuhan paling tinggi di Provinsi Banten.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di latar belakang penelitian yang telah menjelaskan bahwa jumlah pekerja di berbagai sektor di tahun 2020 menurun dibandingkan tahun 2019 karena dampak dari adanya COVID-19. Begitu pula terjadi di wanita UMKM yang ada di Kota Tangerang Selatan yang mengalami penurunan dampak dari COVID-19 di Kota Tangerang Selatan. Jenis kelamin laki-laki lebih banyak dari tahun 2019 hingga 2021 daripada perempuan pengusaha UMKM. Adanya COVID-19 mempengaruhi bagaimana UMKM berkembang di Kota Tangerang Selatan yang juga mempengaruhi pengusaha wanita di Tangerang Selatan. Perempuan didorong untuk memiliki penghasilan karena tidak bisa mengandalkan pendapatan suami dan juga hanya mengurus rumah tangga nya saja (Putri, M.K. dan Annisa, D, 2023). Adapun rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah: Bagaimana COVID-19 berpengaruh pada UMKM yang dimiliki oleh perempuan?

1. Bagaimana pandemi COVID-19 memengaruhi pendapatan rumah tangga pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan, baik secara langsung maupun tidak langsung?
2. Bagaimana pandemi COVID-19 mempengaruhi perubahan gaya hidup pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan

3. Bagaimana pandemi COVID-19 mempengaruhi kesehatan mental pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan
4. Bagaimana pandemi COVID-19 mempengaruhi penurunan atau perubahan volume penjualan bisnis yang dikelola oleh pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan pedoman dalam suatu penelitian untuk memecahkan pertanyaan dan mendapatkan jawaban dari yang sudah dirumuskan. Berdasarkan penjelasan dari rumusan masalah, berikut merupakan tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui dampak pandemi COVID-19 terhadap pendapatan rumah tangga pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan.
2. Mengetahui dampak pandemi COVID-19 terhadap gaya hidup pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan.
3. Mengetahui dampak pandemi COVID-19 terhadap kesehatan mental pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan.
4. Mengetahui dampak pandemi COVID-19 terhadap penjualan bisnis pengusaha wanita di Kota Tangerang Selatan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi bagaimana COVID-19 berdampak terhadap wanita. Penelitian ini menyediakan bukti secara empiris mengenai hubungan antara pendapatan rumah tangga, gaya hidup, kesehatan mental dan pendapatan bisnis saat pandemi. Dapat dijadikan sebagai acuan pengusaha terutama perempuan dalam memulai bisnisnya.

1.5.2 Secara Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberi manfaat terhadap pembaca ataupun pelaku UMKM khususnya perempuan bahwa pandemi COVID-19 memberikan

dampak pelemahan di beberapa sektor, oleh karena itu bagaimana perempuan yang memiliki tugas ganda mempertahankan usahanya sembari menjalankan kewajiban untuk mendidik anggota keluarganya. Manfaat lainnya sebagai pandangan terhadap pelaku UMKM bahwa untuk paham di dunia digital sangatlah penting untuk pemasaran di era sekarang.

1.5.3 Secara Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan dengan baik secara akademis, diantaranya:

1. Menjadikan penelitian ini sebagai referensi bagi penelitian mendatang, khususnya membahas mengenai UMKM yang dijalankan perempuan di masa pandemi COVID-19
2. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis dan juga pembaca sehingga dapat menyerap poin-poin positif yang ada didalamnya.

1.6 Sistematika penulisan

Penyusunan penelitian ini terbagi menjadi lima bagian, di mana tiap bagian saling berhubungan dan terkait satu sama lain. Struktur penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bab I Pendahuluan

Bab Pendahuluan menguraikan secara keseluruhan mengenai objek yang akan menjadi fokus penelitian. Ini mencakup profil perusahaan, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, serta tata cara penelitian.

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Tinjauan literatur mengulas dasar teori yang berhubungan dengan studi ini. Di bagian ini, akan dijelaskan tentang beberapa diskusi dari penelitian sebelumnya, struktur pemikiran, hipotesis penelitian, dan batasan ruang lingkup penelitian.

c. Bab III Metode Penelitian

Bab Metode Penelitian menguraikan mengenai sifat-sifat penelitian, pengoperasian variabel, proses penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan informasi serta sumber data, metode pengumpulan data, pengujian validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

d. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian dan Pembahasan menyajikan temuan yang didapat dari penelitian yang berdasarkan pada hasil pengumpulan informasi.

e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Membicarakan tentang ringkasan dari hasil studi yang telah diuraikan serta rekomendasi dari peneliti sebagai kontribusi bagi penelitian yang sudah atau akan dilaksanakan.