

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYA PEMULIHAN UMKM PASCA COVID-19 DI KOTA MAKASSAR**



**NELWATI  
1810421025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2023**



# **SKRIPSI**

## **ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYA PEMULIHAN UMKM PASCA COVID-19 DI KOTA MAKASSAR**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar sarjana pada Program Studi Manajemen

**NELWATI  
1810421025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS FAJAR  
MAKASSAR  
2023**

# SKRIPSI

## ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYA PEMULIHAN UMKM PASCA COVID-19 DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

NELWATI  
1810421025

Telah Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji Seminar Hasil/Skripsi  
Pada Tanggal 12 Mei 2023 Dan Dinyatakan Lulus

Makassar, 12 Mei 2023  
Disetujui Oleh,

Pembimbing,



Dr. Hasniaty, S.E., M.Si.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Fajar

  
Dr. Abdul Majid Bekri, S.S., M.E.  
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES  
UNIVERSITAS FAJAR

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial  
Universitas Fajar

  
Dr. Yusmawati, S.Sos., M.I.Kom.  
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES  
UNIVERSITAS FAJAR

# SKRIPSI

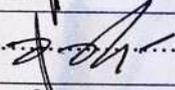
## ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYA PEMULIHAN UMKM PASCA COVID-19 DI KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

**NELWATI**  
**1810421025**

telah dipertahankan dalam sidang Ujian Skripsi  
Pada Tanggal **12 Mei 2023** dan  
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
**Dewan Penguji**

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hasniaty, S.E., M.Si.	Ketua	1..... 
2.	Dr. Ir. Mujahid, S.E., M.M.	Sekretaris	2..... 
3.	Novita Kumala Sari, S.E., M.M.	Anggota	3..... 
4.	Ilham Safar, S.M., M.M.	Anggota	4..... 

**Ketua Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial**  
**Universitas Fajar**

  
**Dr. Abdul Majid Bakri, S.S., M.E.**  
PRODI MANAJEMEN

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

NAMA : NELWATI  
NIM : 1810421025  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **"ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYA PEMULIHAN UMKM PASCA COVID-19 DI KOTA MAKASSAR"** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70).

Makassar, 12 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Nelwati

## ABSTRAK

### ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYA PEMULIHAN UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MAKASSAR

Nelwati  
Hasniaty

Pandemi Covid-19 memberikan berdampak pada UMKM di Kota Makassar yang mengakibatkan banyaknya UMKM mengalami penurunan pendapatan sehingga penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana pemulihan UMKM pasca pandemi covid-19 di Kota Makassar. Populasi sebanyak 100 dan sampel penelitian ini yaitu para pelaku UMKM sebanyak 100. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan *Statistical Packages for Social Science* (SPSS) versi 25. Hasil penelitian ini adalah pengaruh bantuan pemerintah, digital marketing, kompetensi SDM dan kredit modal berpengaruh positif secara signifikan terhadap pemulihan UMKM, dimana semakin tinggi nilai dari variabel independen akan meningkatkan variabel dependen secara baik dan positif.

**Kata Kunci : Bantuan pemerintah, digital marketing, kompetensi SDM, kredit Modal Kerja, Pemulihan UMKM**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF GOVERNMENT ASSISTANCE, DIGITAL MARKETING, HR COMPETENCY, WORKING CAPITAL LOANS IN POST COVID-19 MSME RECOVERY EFFORTS IN MAKASSAR CITY**

**Nelwati  
Hasniaty**

*The Covid-19 pandemic has had an impact on MSMEs in Makassar City which has resulted in many MSMEs experiencing a decrease in income so that the research conducted has the aim of analyzing how MSMEs are recovering after the Covid-19 pandemic in Makassar City. The population is 100 and the sample of this study is 100 MSME actors. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression Analysis using Statistical Packages for Social Science (SPSS) version 25. The results of this study are the influence of government assistance, digital marketing, competency HR and credit capital have a significant positive effect on MSME recovery, where the higher the value of the independent variable will increase the dependent variable positively and positively.*

**Keywords: Government assistance, digital marketing, HR competency, working capital credit, MSME recovery**

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang Maha Esa karena berkat karunia-nya peneliti mampu menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Dalam penulisan karya tulis ilmiah ini bertujuan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar Makassar. Adapun judul dari karya tulis yang peneliti ajukan sebagai syarat dalam mendapatkan gelar adalah **“ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYAH PEMULIHAN UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MAKASSAR”**

Selama penyusunan proposal ini, penulis memperoleh banyak masukan, dorongan, dukungan dan semangat serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih sebagai bentuk apresiasi penulis kepada mereka yang ikut terlibat dalam penyusunan proposal ini.

Terimakasih yang sungguh tak terhingga kepada kedua orang tua penulis Ayahanda Donatus Mandan dan Ibunda Mariana Maroa yang telah mencurahkan kasih sayangnya dengan segenap hati serta selalu senantiasa memberikan semangat, dorongan, motivasi dan dukungan, baik dalam material serta dukungan doa. Juga tak luput kepada Saudara-saudara penulis untuk perhatian dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dan semua Keluarga penulis ucapkan **“TERIMAKASIH BANYAK”**

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Fajar Makassar.



2. Ibu Dr. Yusmanizar S.Sos.,M.I.kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Bapak Dr. Abdul Majid, SS.,ME. Selaku ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dr. Hasniaty, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan kritik, saran maupun motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak/ibu dosen dan serta seluruh staf Universitas Fajar Makassar
6. Pimpinan beserta seluruh pelaku UMKM di Kota Makassar yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian
7. Berthi D.M terimakasih yang tetap setia menjadi satu-satunya pemberi semangat dikalah saya ingin berhenti mengerjakan skripsi ini
8. Semua pihak yang telah ikut mewarnai proses penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam lembaran ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal ini.

Akhir kata penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan banyak manfaat kepada para pembaca dan terkhusus bagi pribadi penulis.

Makassar, April 2022

Nelwati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>vi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Konsep dan Teori.....	9
2.1.1 Pengaruh Pandemi Covid-19 Pada UMKM Kota .....	9
2.1.2 Usaha Mikro, Kecil, Menengah.....	10
2.1.3 Jenis-jenis UMKM.....	11
2.1.4 Ciri-ciri UMKM .....	12
2.1.5 Klasifikasi UMKM .....	13
2.1.6 Kekuatan dan Kelemahan UMKM .....	13
2.1.7 Digital Marketing.....	15
2.1.8 Peran Pemerintah Dalam Membantu UMKM .....	17
2.1.9 Kompetensi SDM.....	18
2.1.10 Kredit Modal Kerja .....	18
2.2 Tinjauan Empirik .....	19
2.3 erangka Pikir.....	22
2.4 Hipotesis .....	23
2.5 Definisi Operasional.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1 Rancangan penelitian .....	25
3.2 Lokasi .....	25
3.3 Populasi.....	25
3.4 Sampel .....	26

3.5 Jenis dan Sumber Data .....	27
3.5.1 Jenis .....	27
3.5.2 Sumber Data .....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.7 Metode Analisis .....	28
3.7.1 Analisis Linear Berganda.....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Perkembangan UMKM di Kota Makassar .....	30
4.2 Hasil Penelitian .....	30
4.2.1 Karakteristik Responden .....	31
1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	31
2. Karakteristik Responden menurut Usia .....	31
4.2.2 Analisis Variabel .....	32
1. Deskriptif Variabel .....	32
2. Uji Validitas .....	34
3. Uji Reliabilitas.....	35
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
4.4 Uji Hipotesis.....	37
4.4.1 Uji Signifikan Variabel (Uji Statistik t).....	37
4.4.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik f).....	38
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	39
4.5 Pembahasan.....	39
1. Analisis Pengaruh Bantuan Pemerintah Terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar .....	421
2. Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar .....	43
3. Analisis Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar .....	45
4. Analisis Pengaruh Kredit Modal Terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar .....	46
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>48</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>49</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Daftar UMKM Kuliner di Kota Makassar .....	4
2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
2.2 Definisi Operasional .....	23
3.1 Tabel 3.1 Daftar UMKM Kuliner di Kota Makassar .....	25
4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
4.2 Tabel Karakteristik Responden Menurut Usia .....	31
4.3 Deskriptif Variabel Bantuan Pemerintah (X1) .....	32
4.4 Deskriptif Variabel Digital Marketing (X2) .....	32
4.5 Deskriptif Variabel Kompetensi SDM (X3) .....	32
4.6 Deskriptif Kredit Modal Kerja (X4) .....	33
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Pemulihan UMKM (Y) .....	33
4.8 Uji Validasi Bantuan Pemerintah (X1) .....	33
4.9 Uji Validasi Digital Marketing (X2) .....	33
4.10 Uji Validasi Kompetensi SDM (X3) .....	33
4.11 Uji Validasi Kredit Modal (X4) .....	33
4.12 Uji Validasi Pemulihan UMKM (Y) .....	33
4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	35
4.14 Hasil Regresi Linear Berganda .....	35
4.15 Hasil Uji Statistik t .....	37
4.16 Hasil Statistik F .....	38
4.17 Hasil Uji Koefisien R <sup>2</sup> .....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pikir.....	21

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Biodata Penulis.....	50
2. Kuesioner Penelitian.....	51
3. Hasil Penelitian.....	55
4. Dokumentasi.....	61



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak sumber daya yang menjanjikan baik secara *financial* dan juga ekonomi. Indonesia sendiri memiliki potensi yang besar dalam perekonomian dunia, namun pada masa pandemi banyak sekali terjadi perubahan akibat dampak yang ditimbulkannya, angka kemiskinan dan pengangguran yang kian meningkat akibat dari pertumbuhan ekonomi yang menurun. Data *Year on Year* mengemukakan bahwa triwulan pertama ditahun 2020 menunjukkan pertumbuhan ekonomi melemah hanya mencapai 2,97% yang sebelumnya tercatat dalam triwulan pada tahun 2019 yang mencapai 5,07% kemudian triwulan kedua tahun 2020 yang mengalami penurunan drastis mencapai -5,32% sedangkan triwulan ketiga memiliki kenaikan 3,49% dan triwulan keempat mencapai kenaikan yang kontraksi 2,91%. Pada masa pandemi dikarenakan keadaan dan situasi yang membuat segala sesuatunya mendadak untuk cepat beradaptasi agar mampu bertahan di masa pandemi saat itu, Salah satu hal yang terjadi adalah pola konsumsi baik dari segi barang maupun jasa berubah yang tadinya bisa melalui *offline* kini semuanya menjadi *online*. Ini dikarenakan adanya aturan yang dibuat oleh pemerintah yaitu PP Nomor 21 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar dengan tujuan membatasi segala aktivitas masyarakat untuk meminimalkan adanya penyebaran virus. Adapun peraturan pemerintah tentang kegiatan *lockdown* dimana membuat beberapa kegiatan ekspor dan impor dikurangi. Dan yang lebih parah dari dampak pandemi ini adalah pemecatan karyawan di beberapa perusahaan yang membuat banyak karyawan ataupun buru kehilangan



pekerjaan akibat tidak perusahaan tidak mampu memberikan gaji karena krisis perekonomian yang terjadi akibat pandemi covid ini.

Beberapa lembaga bahkan memprediksi lemahnya ekonomi dunia, salah satunya *International Monetary Fund* (IMF) yang mengemukakan bahwa ekonomi global pertumbuhannya sangat minus karena diangka 3%. Dampak covid ini sendiri pada setiap negara dalam triwulan pertama tahun 2020 sangat negatif : Singapura -2,2, Hongkong -8.9, Uni Eropa -2,7, dan China -6,8. beberapa negara sebenarnya masih bertumbuh positif tetapi jika dibandingkan sebelum pandemi terjadi. Amerika Serikat dari 2,3 menjadi 0,3, Korea Selatan dari 2,3 menjadi 1,3, dan Vietnam dari 6,8 menjadi 3,8. Sedangkan kontraksi yang terjadi di Indonesia sendiri diluar perkiraan ini dikarenakan *physical distancing* dan PSBB mulai diberlakukan pada awal april 2020, dimana hanya mencapai 2,79 persen yang sebenarnya sangat jauh dari perkiraan yang semestinya mencapai kisaran 4,5 hingga 4,6 persen. Namun pertumbuhan meningkat pada sektor informasi dan komunikasi yaitu 0,53 persen berdasarkan pertumbuhan *year-one-year* pada triwulan 2020. Thaha (2020)

Tahun 2020 terjadi pandemi yaitu Covid-19 dimana dampaknya sangat besar bagi seluruh negara di dunia dan salah satunya yaitu di Indonesia. Dalam sektor Ekonomi pada saat pandemi memang mengalami krisis yang berdampak pada kelangsungan usaha micro, kecil, menengah. Berdasarkan info dari Kementrian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) melalui Kompas, 27 Maret 2020 menyatakan ada setidaknya 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terkena dampak wabah virus corona-19.



Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) salah satu unit usaha yang perannya sangat penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian negara. Sektor UMKM juga banyak menyerap lapangan kerja serta relatif tahan dengan krisis keuangan. Namun saat pandemi terjadi terjadi dampak yang sangat signifikan terhadap UMKM sehingga banyak yang harus terhenti. Lokasi dan sektor usaha sebenarnya sangat mempengaruhi perubahan pendapatan secara umum yang sangat besar, 8 dari 10 mengalami penurunan pendapatan. Sekitar 82,29% UKM dan 84,20% UMKM mengalami penurunan pendapatan. Faktor yang dihadapi perusahaan karena covid-19 dan *physical distance* adalah UKM 80,24% dan UMKM 78,35% sedangkan 8 dari 10 perusahaan baik itu UKM maupun UMKM yang cenderung mengalami penurunan permintaan karena pelanggan yang juga terdampak covid-19. Kemudian 6 dari 10 perusahaan baik UMKM ataupun UKM terkendala karena rekan bisnis yaitu 65,47% UKM dan 56,80% pada UMKM. Kemudian bagi UKM 53,17% dan UMKM 62,21% yang dampaknya sangat buruk dan tidak bisa beroperasi secara normal akibat keuangan dalam pegawai dan operasional. (Badan Statistik 2020)

Kota Makassar merupakan salah satu wilayah yang menjadi Ibu Kota Makassar yang berada di provinsi Sulawesi Selatan, selain itu kota Makassar merupakan kota terbesar keempat di Indonesia dan terbesar di Kawasan Timur Asia kemudian luas dari kota Makassar yaitu 128,18 km<sup>2</sup> (Total 175,77 km<sup>2</sup>). Dari data Badan Pusat Statistik Kota Makassar kita dapat melihat jumlah penduduk yang ada di kota Makassar yaitu sebanyak 1.427.619

Sama halnya di Kota Makassar tentu juga merasakan dampak besar dari pandemi covid, dari data Sulsel Tanggap COVID-19 per 29 juni 2020 diperoleh data wilayah Provinsi Sulawesi Selatan dengan jumlah positif sebesar 4.995



orang dan yang meninggal dunia sebanyak 164 orang. Dari data tersebut Sulawesi Selatan menjadi Provinsi ketiga terbesar dalam kasus penyebaran

Covid-19 dan tingkat penyebaran yang didominasi oleh warga lokal. Dari adanya data tersebut pemerintah kota makassar melakukan kebijakan larangan aktivitas diluar rumah atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). karena adanya pembatasan membuat penurunan aktivitas ekonomi di Kota Makassar menjadi menurun termasuk penurunan pajak hotel serta pajak restoran dan juga UMKM lainnya yang mengakibatkan pencapaian dan realisasi pajak menurun. Berdasarkan data pada Dinas Perdagangan 2022 usaha mikro, kecil, dan menengah pada 15 kecamatan di kota makassar sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Daftar UMKM Kuliner di Kota Makassar

No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Biringkanaya	110
2	Bontoala	60
3	Makassar	65
4	Mamajang	107
5	Manggala	112
6	Mariso	78
7	Panakukang	89
8	Rappocini	109
9	Sombaopu	127
10	Tallo	88
11	Tamalate	97
12	Tamalanrea	83
13	Ujung Pandang	99
14	Ujung Tanah	95
15	Wajo	85
	Jumlah	1.404

*Sumber: Dinas Perdagangan 2022*

Dari tabel 1.1 diperoleh informasi bahwa usaha kuliner pada 15 Kecamatan di Kota Makassar sebanyak 1.404 UMKM Kuliner. Artinya saat pandemi terjadi ada 1.404 UMKM dibidang kuliner yang menghadapi situasi dimana aturan

pembatasan sosial diberlakukan sehingga banyak UMKM merasa sulit untuk melakukan kegiatan berdagang secara langsung kepada konsumen. Setelah Pandemi dinyatakan telah selesai banyak pula permasalahan baru yang dihadapi oleh para pelaku UMKM yaitu kurangnya permodalan untuk memulai kembali usaha yang sempat atau bahkan telah berhenti pada saat pandemi berlangsung, kemudian bantuan Pemerintah juga perlu diperhatikan dengan kebijakan-kebijakan yang mendorong agar usaha tetap berjalan seperti realita kebijakan pemerintah berupa pengalokasian program dukungan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam APBN, antara lain kebijakan dalam penyaluran kredit program negara (dana UMi dan KUR), penyaluran subsidi bunga dan penempatan dana di bank. pemerintah mengeluarkan kebijakan tambahan subsidi bunga KUR 3% bagi UMKM yang terdampak pandemi, sehingga bunga yang dikenakan kepada debitur hanya 3%. Peran pemerintahan sangat melalui kebijakannya sangat berdampak terhadap pemulihan perekonomian sehingga menjadi stabil kembali.

Disisi lain pelaku UMKM dituntut agar lebih kreatif dalam menjalankan kegiatan usahanya, Fakta dilapangan masih kurangnya kreatifitas dalam hal memanfaatkan teknologi yang tersedia, padahal jika dimaksimalkan maka teknologi dalam hal ini marketing digital sangat besar pula perannya terhadap aspek pemasaran khususnya bagi UMKM. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hasniaty (2023) yang mengatakan bahwa digital marketing Digital marketing Ini penting agar bisnis berkembang untuk menambah variasi target konsumen yang lebih luas daripada metode pemasaran tradisional. Berdasarkan teori tersebut maka jelaslah bahwa peran digital marketing khususnya dalam untuk mempromosikan produk UMKM dengan memanfaatkan aplikasi yang tersedia dan dapat diakses dan doperasikan melalui perangkat

mobile phone, dengan kelebihan yakni hanya menggunakan sedikit sumber daya dan mengeluarkan biaya yang sedikit untuk melakukan penjualan produk.

Terlepas dari kebijakan pemerintah dan peran teknologi maka hal yang terpenting juga adalah kemampuan atau kompetensi SDM yang sangat diperlukan dalam mengelolah usaha dimana adanya kemampuan untuk memahami setiap kondisi dan keadaan agar lebih baik dan berkembang. Untuk itu penulis ingin melakukan penelitian dengan tema Skripsi “Analisis Pemulihan UMKM di Kota Makassar”.

Dari uraian dan penjelasan diatas maka dari itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian ini dan ingin mengetahui tentang **“ANALISIS BANTUAN PEMERINTAH, DIGITAL MARKETING, KOMPETENSI SDM, KREDIT MODAL KERJA DALAM UPAYA PEMULIHAN UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA MAKASSAR”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat dilihat rumusan masalah yaitu :

1. Apakah Bantuan Pemerintah berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
2. Apakah Digital Marketing berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid

3. Apakah Kompetensi SDM berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
4. Apakah Kredit Modal Kerja berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemulihan UMKM di kota makassar setelah pandemi covid-19

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Digital Marketing terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Bantuan Pemerintah berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kompetensi SDM berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kredit Modal Kerja berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan semoga penelitian ini menjadi wawasan dan pembelajaran serta referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya terkait analisis UMKM untuk seterusnya mampu bertahan setelah pandemi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat penelitian ini diharapkan menjadi referensi evaluasi bagi pelaku UMKM untuk lebih mampu dalam menjalankan bisnisnya, juga sebagai wawasan dan pembelajaran serta referensi bagi masyarakat luas tentang perkembangan pemulihan UMKM yang terjadi setelah pandemi covid-19.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Konsep dan Teori**

##### **2.1.1 Pengaruh Pandemi Covid-19 pada UMKM**

Pada bulan Februari 2020, World Health Organization (WHO) menyatakan bahwa covid-19 adalah singkatan dari covid-19 itu sendiri yaitu Corona Virus Diseases, sedangkan angka 19 berasal dari tahun 2019, tahun ditemukannya varian virus tersebut. Dirjen WHO mengatakan, pemendekan nama ini akan mencegah penggunaan nama lain yang tidak akurat atau menstigmatisasi. (usatoday.com 2020). Covid-19 disebabkan oleh SARS-CoV-2, sejenis virus corona dan perkembangan virus ini bersifat pasif dan membutuhkan waktu, virus ini juga dapat menyerang manusia dan hewan.

Ketika diumumkan bahwa virus ini pertama kali muncul di Wuhan (Tiongkok), pemerintah masing-masing negara memberlakukan Lockdown sehingga dari adanya peraturan tersebut, dimulailah krisis ekonomi global atau global. Indonesia juga sangat merasakan keterpurukan ekonomi, bahkan pemerintah di seluruh dunia dan negara kita sendiri sedang memberlakukan dan mewajibkan aturan social distancing untuk mencegah penyebaran virus yang nantinya akan mempengaruhi aktivitas bisnis di dunia. Banyak juga perusahaan yang membuat aturan agar karyawannya bekerja dari rumah (WFH) dan yang lebih parah lagi, perusahaan mengurangi karyawannya karena tidak ada pendapatan perusahaan. Sektor ekonomi yang cukup terpuak oleh pandemi ini juga dirasakan oleh para pelaku UMKM, bagaimana tidak mengganggu kegiatan operasional yang seharusnya segera dilakukan namun

terpaksa terhenti karena peraturan pemerintah untuk menerapkan social distancing atau pembatasan sosial massal. salah satu cara yang bisa dilakukan pelaku UMKM adalah dengan memanfaatkan media elektronik untuk berdagang agar operasional yang dilakukan tetap bertahan di masa pandemi.

### **2.1.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Pengertian dari UMKM sendiri adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti yang telah diatur dalam Undang-undang No. 28 tahun 2008. UMKM sangat berperan penting dalam mendorong perekonomian negara dalam jumlah 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM dalam pdb juga mencapai 60,5%, hingga penyerapan tenaga kerja yang mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (KKBPRI 2022). UMKM juga sangat mampu beradaptasi cepat dimasa pandemi yang terjadi dan mampu bertahan sehingga sangat membantu perekonomian negara yang saat pandemi terjadi menjadi tidak stabil.

Untuk itu UMKM harus tetap di kembangkan dan diperhatikan oleh pemerintah agar nantinya menopang perekonomian negara bukan hanya saat krisis ekonomi ataupun pandemi tetapi untuk masa yang mendatang. Ada 3 kriteria yaitu:

1. Usaha Mikro, usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk dalam kriteria mikro yaitu usaha yang kekeyaannya bersih mencapai Rp.

2. 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil dari penjualan mikro setiap tahun paling banyak Rp. 300.000.000,-.
3. Usaha Kecil, usaha ekonomi yang produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan Rp. 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya yaitu Rp. 500.000.000,-. Hasil penjualan dari bisnis tiap tahunnya antara Rp. 300.000.000,- sampai yang terbanyak Rp. 2,5.000.000.000,-.
4. Usaha Menengah, usaha ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang diatur dengan undang-undang. Usaha menengah sering kali dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp. 500.000.000,- hingga Rp. 10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunnya mencapai Rp. 2,5.000.000.000,- sampai Rp. 50.000.000.000,-

### **2.1.3 Jenis-Jenis UMKM**

UMKM yang tercatat dalam Keppres RI NO.19 Tahun 1998 dijelaskan sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Berikut terdapat jenis-jenis usaha yang termasuk UMKM

1. Usaha Kuliner, salah satu usaha yang termasuk dalam UMKM ini yang paling banyak di gandrungi oleh pelaku UMKM mengingat berbekal inovasi dalam bidang makanan juga modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini bisa dibbilang cukup menjanjikan mengingat setiap harinya semua orang butuh makanan.
2. Usaha *Fashion*, salah satu UMKM yang juga diminati sampai kalangan muda sekalipun yaitu usaha ini karena tiap tahunnya tren mode *fashion* selalu berubah-ubah dan baru yang tentu membuat pelaku UMKM berlomba-lomba membuka usaha ini.
3. Usaha Agribisnis, usaha yang merupakan bagian pertanian ini tentu memiliki peluang dalam meramaikan usaha UMKM karena tidak diragukan lagi peminatnya juga tidak pernah berkurang setiap tahunnya bahkan banyak pelaku UMKM memanfaatkan pekarangan rumah sebagai lahan pertaniannya walaupun tidak memiliki luas tanah yang cukup.

#### **2.1.4 Ciri-ciri UMKM**

1. Jenis komoditi atau barang yang pada usahanya tidak tetap atau bisa berganti sewaktu-waktu.
2. Tempat menjalankan usaha bisa berpindah tempat sewaktu-waktu
3. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan
4. Sumber Daya Manusia (SDM) didalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
5. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah

6. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank
7. Pada umumnya belum mempunyai surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP

#### **2.1.5 Klasifikasi UMKM**

Sesuai dengan perkembangan UMKM, di Indonesia terdapat 4 kriterianya yaitu:

1. *Livelihood Activities*, yaitu UMKM yang dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal (pedagang kaki lima).
2. *Micro Enterprise*, yaitu UMKM yang punya sifat pengrajin namun belum punya sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu UMKM telah memiliki jiwa *entrepreneurship* dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
4. *Fast Moving Enterprise*, yaitu UMKM yang punya jiwa kewirausahaan dan akan bertransformasi menjadi sebuah Usaha Besar (UB)

#### **2.1.6 Kekuatan dan Kelemahan UMKM**

Karena menjadi salah satu pendorong perekonomian negara maka tentu sangat penting untuk memperdayakan UMKM untuk tujuan dalam jangka panjang kedepan. Berikut yang harus diketahui kekuatan dan kelemahan UMKM sebagai berikut:

1. Kelemahan UMKM
  - a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor eksternal UMKM dan salah satunya adalah pembinaan dan pengawasan. Nyatanya belum memberikan kontribusi yang memadai terhadap kegiatan UMKM.

## b. Faktor Internal

Faktor ini muncul sebenarnya dari UMKM itu sendiri yaitu berikut;

- Karena masih memiliki kemampuan untuk menjual produknya dengan fokus pada produknya, sulit untuk mencari di mana pun atau mencari informasi untuk menjual produknya.
- Produk yang masih sulit mendapat kepercayaan dari konsumen
- Sumber modal masih tergolong kecil ini karena masih sulit mendapat investor dan permodalan masih menggunakan dana pribadi
- Sumber Daya Manusia yang masih terbatas

## 2. Kelebihan UMKM

Walaupun UMKM memiliki kelemahan tetapi tentu juga memiliki kelebihan, berikut penjelasannya

- Wirausaha yang tercipta tergolong banyak dan menjadi pendorong peluang bagi orang-orang untuk berwirausaha
- Manajemen yang fleksibel dan sederhana dalam keadaan pasar maka menciptakan segmentasi pasar yang cukup luas
- Menyediakan lapangan kerja yang kecil menjadi cukup besar yang diperkirakan 50% dari lapangan kerja yang ada tersedia rata-rata
- Pemanfaatan sumber daya alam disekitar yang bahan bakunya bisa diambil dari limbah industri besar sehingga bersifat ramah lingkungan

- Kemampuan perkembangan yang diperkirakan lebih besar karena usaha kecil bisa diinovasikan dengan sangat mudah yang perkembangannya tergolong cepat nanti

### **2.1.7 Digital Marketing**

Tentunya terkait dengan penjualan barang atau jasa, Anda perlu menjalankan promosi. Namun, saat pandemi Covid melanda, banyak hal yang bisa dilakukan untuk memasarkan dan mempromosikan produk UMKM melalui media online.

Digital marketing adalah tempat yang sangat strategis untuk mencari dan mengiklankan pasar secara online menggunakan media sosial. UMKM tentunya melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Toko Pedia, Shopee dan lainnya. Tujuan UMKM menggunakan digital marketing tentunya untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas di seluruh wilayah bahkan negara, yang tentunya akan memberikan dampak positif bagi UMKM dalam hal pemasaran dan penjualan, yang tentunya tidak dapat dilakukan secara langsung karena perkembangan yang sedang berlangsung adalah pandemi Covid-19. Menurut Chaki (2019) digital marketing atau biasa disebut pemasaran digital adalah segala upaya dilakukang dalam segala hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online.

Jenis digital marketing berikut dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan:

#### **1. Pemasaran Konten**

Pada dasarnya *content* marketing adalah tindakan untuk menarik calon pelanggan dengan konten digital. Sehingga baik berupa visual, video, audio,

hingga yang tertulis tetap sesuai dengan konteksnya. Salah satu strategi yang paling umum digunakan adalah *copywriting*, yang melibatkan memikat klien potensial ke dalam tulisan. Ini adalah *gimmick* yang harus dimiliki oleh promotor media digital. Tentu saja, keefektifan jenis keterlibatan ini bergantung pada konteks di mana kita menjual. Namun, secara umum baik barang maupun jasa optimal dengan teknik ini, karena selalu relevan. Sebagai salah satu metode dasar, jelas ada banyak manfaat yang bisa didapat dari menggunakannya. Berikut ini adalah beberapa keuntungan yang dapat Anda peroleh ketika memanfaatkan jenis digital marketing ini.

- Cepat

Salah satu keunggulan utama dalam pembuatan *copywriting* adalah kecepatannya. Memang dalam bentuk tulisan memang cepat, namun jika bentuknya lebih kompleks tentu memakan waktu.

- Murah

*Copywriting* adalah salah satu metode promosi yang paling murah diantara content marketing lainnya. Jadi bagi para pengguna awam kami sarankan mencoba memakai *copywriting* jenis digital marketing menurut para ahli.

- Hasil nyata

Jika digunakan untuk promosi misalnya menggunakan sosial media tentu saja hasilnya terlihat jelas. Karena *campaign* langsung *to the point* dan mampu membius calon konsumen secara efektif.

- a. *Pay-per-click Advertising*

Dengan jenis pemasaran *pay per klik* (PPC) ini, pengiklan membayar setiap klik pada iklan mereka. *Google Ads* merupakan media yang menggunakan strategi pemasaran berupa iklan *pay per click* (PPC).

- b. *Search Engine Optimization*

*Search Engine Optimization* (SEO) Ini adalah alat yang digunakan untuk mengoptimalkan situs web yang Anda miliki, sehingga ditemukan di mesin pencari Anda. Hal ini untuk memastikan konsumen dapat dengan mudah menemukan website tersebut dan konsumen merasa percaya diri untuk membeli produk yang sudah dimilikinya. Salah satu jenis media pemasaran digital terbaik untuk mempromosikan bisnis, produk, atau layanan bukan untuk mereka yang menginginkan hasil langsung.

c. *Email Marketing*

Menggunakan aplikasi email dalam melakukan pemasaran, membuat pebisnis dapat menjadi lebih dekat dengan konsumennya. Selain itu, bentuk digital marketing via email ini masih cukup efektif untuk pemasaran produk atau jasa. Hal tersebut dikarenakan pada email marketing kita dapat memperkenalkan produk yang dimiliki, diskon ataupun promo dari bisnis yang ada.

d. *Search Engine Marketing*

Search Engine Marketing (SEM) adalah salah satu jenis strategi marketing yang ada pada zaman teknologi digital saat ini. Adapun fungsi Search Engine Marketing (SEM) adalah untuk membuat visibilitas atas website yang dimiliki.

### **2.1.8 Peran Pemerintah Dalam Membantu UMKM**

Pemerintah terlibat dalam pandemi covid-19 yang terjadi sehingga banyak peraturan baru yang diberlakukan saat itu karena tujuan utama dari peraturan yang dikeluarkan pemerintah tentunya untuk membatasi interaksi antara setiap individu dan juga individu lain serta membatasi aktivitas terjadi selama pandemi. Karena itu membatasi gerak UMKM dalam melakukan kegiatan operasional, sehingga banyak UMKM yang akhirnya memilih untuk berhenti melakukannya. Namun tentunya pemerintah tidak akan tinggal diam apabila hal tersebut terjadi, karena UMKM merupakan salah satu penggerak

perekonomian negara yang harus dijaga dan dilestarikan, sehingga peran pemerintah semakin berdampak positif bagi pemulihan UMKM pasca Lokasi pandemi.

#### **2.1.9 Kompetensi SDM**

Yendrravati (2013) berpendapat bahwa kompetensi SDM mengacu pada praktik atau keterampilan SDM yang digunakan individu untuk mencapai tujuan dalam suatu organisasi atau sistem secara efektif dan efisien. Itu juga dapat membawa pengetahuan, keterampilan, atau pengalaman ke tingkat yang baru dan berbeda.

Hak harus digunakan untuk mempromosikan pekerjaan dan kesejahteraan masyarakat, bukan untuk mendiskriminasi gender. Mengidentifikasi sekumpulan nilai, sikap, motivasi, perilaku, dan sikap untuk mencari analisis terpisah tentang apa yang membuat seorang karyawan efektif. Sangat jelas yang dimaksud oleh penjelasan diatas bahwa kompetensi SDM sangat berpengaruh besar dalam suatu usaha yang akan dibangun agar tujuan keberhasilannya semakin meningkat.

#### **2.1.10 Kredit modal Kerja**

Fahmi (2014) Kredit diberikan oleh debitur kepada peminjam dengan maksud penggunaannya khusus untuk pembelian barang (commodities) atau nilai khusus (special grade).

Supriyono (2010) mendefinisikan kredit yang dibutuhkan untuk membiayai modal kerja perusahaan untuk memenuhi piutangnya.

Menurut Kasmir (2008), modal kerja adalah uang pinjaman yang digunakan untuk memperluas kegiatan seperti membeli bahan baku, membayar gaji karyawan atau biaya lain yang terkait dengan operasi perusahaan.

Berdasarkan pengertian beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa pinjaman modal kerja digunakan untuk menunjang operasional perusahaan atau usaha, dan merupakan salah satu cara agar perusahaan atau usaha tetap berjalan.

## 2.2 Tinjauan Empirik

Berikut adalah penelitian terdahulu yang terkait dengan judul penelitian yang akan dilakukan:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode
1.	Arlita Aristianingsih Jufra(2020)	Studi Pemulihan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sulawesi Tenggara	Kuantitatif
Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua elemen penyebab isu terkait pandemi Covid-19 terhadap komunitas UMKM subsektor kuliner yaitu Sumber Daya Manusa dan produk barang dan jasa. Pemerintah dapat membuat rencana atau mengambil langkah demi langkah untuk menyelesaikan masalah ini, seperti: B. membayar tagihan, membayar cicilan kredit, mengontrol pengiriman Sembako di Pasar dan tetap memperhatikan UMKM yang tutup tokonya karena pandemi. seha menaka bisa bazanah atau membuat bisnis baru.		

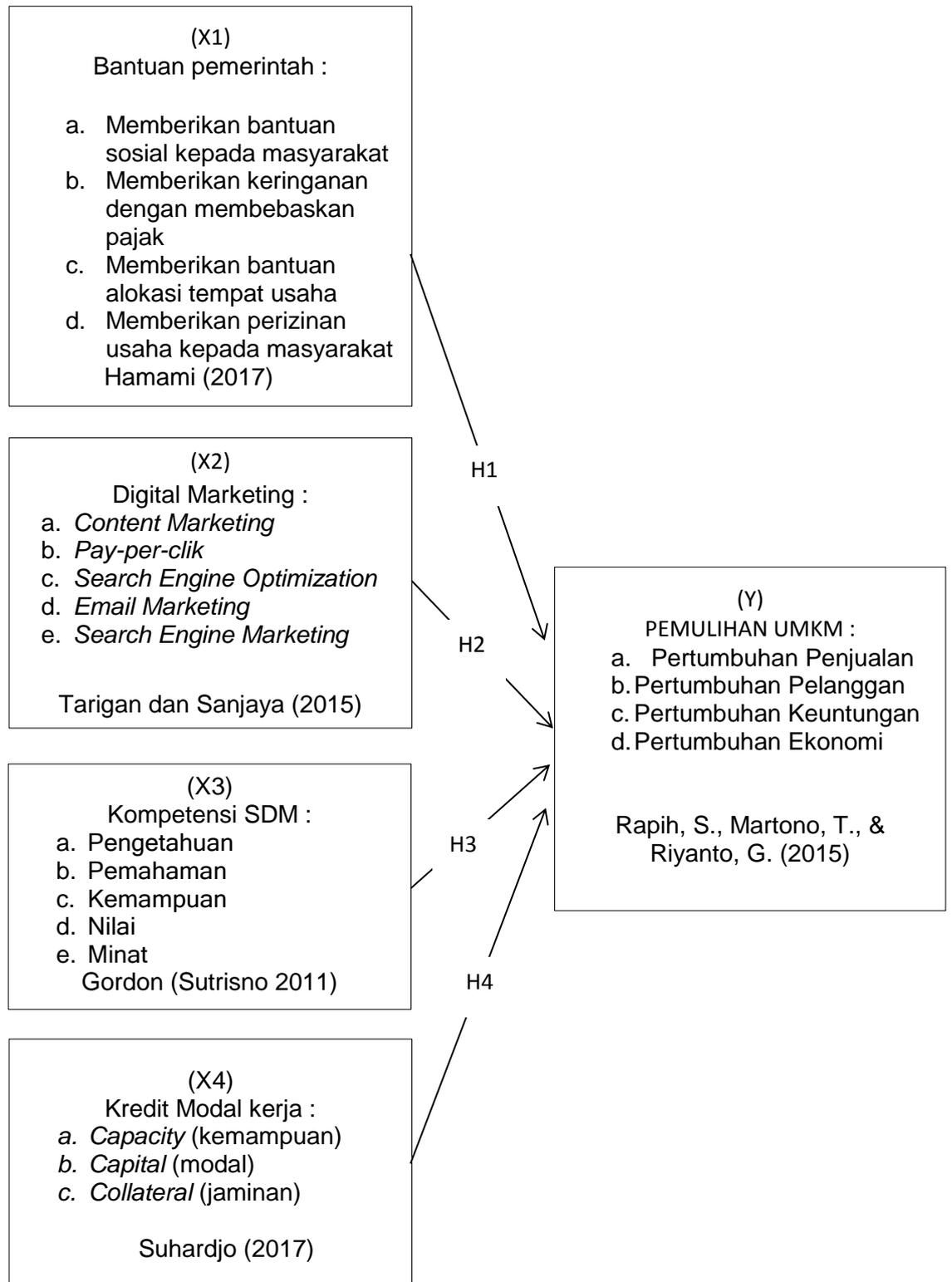
2.	Nafisatul Aulia, Randi, M. Rafi Alfatiha, Husnul Islami Fatoriq, Maya Panorama (2022)	Studi Pemulihan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sumatera Selatan	Kuantitatif
Hasil	Hasil kajian ini menunjukkan bahwa terdapat dua bidang tantangan bagi UKM subsektor pangan terkait wabah COVID-19, yaitu sumber daya manusia dan produksi/jasa. Pemerintah dapat mengambil langkah-langkah atau langkah-langkah untuk mengatasi masalah ini, seperti membenarkan spread atau pembayaran pungutan.		
3.	Ismaul Aufa, M. Elfan Kaukab, Ahman Fahmi Nugroho (2023)	Peran Pemerintah Kabupaten Wonosobo dalam Pemulihan UMKM Pasca Pandemi Covid-19	Kuantitatif
Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) tindakan negara berpengaruh positif terhadap restrukturisasi UMKM; (2) Pelunasan utang akan berdampak positif bagi pemulihan UMKM. (3) Pinjaman modal kerja tidak mempengaruhi pengembalian usaha kecil. (4) Jumlah UMKM akan berdampak positif pada pemulihan Internet.		

4.	Mohammad Ahyar, Syafwan Lysander (2022)	Upaya Pengembangan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Kab, Sumedang	Kuantitatif
Hasil	Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa secara parsial karakteristik wirausaha, pemberian pelatihan, dan pemberian modal usaha sangat berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Kab. Sumedang. Sedangkan secara simultan variabel karakteristik wirausaha, pemberian pelatihan dan pengembangan modal juga berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM pasca pandemi Covid-19 di Kab. Sumedang.		
5.	Nungky Wanodyatama Islami, Fajar Supanto, Arisanto Soeroyo (2021)	Peran Pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan Umkm Yang Terdampak Covid-19	Kuantitatif
Hasil	Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi UMKM seperti penurunan penjualan, masalah permodalan, distribusi yang terhambat, kesulitan bahan baku dan masalah produksi. Pemerintah Kabupaten Malang juga meluncurkan berbagai kebijakan antara lain: Bantuan sarana prasarana (sarana produksi); expo produk; \pelatihan; fasilitasi promosi produk UMKM; program inkubator kecil; temu usaha; meningkatkan peran PLUT dengan memberikan layanan online: Pelaksanaan bimbingan teknis untuk peningkatan SDM UMKM,meningkatkan akses UMKM ke pembiayaan KUR dan membuka kembali tempat wisata.		

Dari kelima penelitian terdahulu diatas mempunyai kesamaan yang akan penulis teliti nantinya. Untuk itu dari pendekakan ketujuh penelitian diatas penulis menemukan metode yang sama, namun penelitian diatas memiliki hasil dan fokusnya yang berbeda-beda dan tidak menutup kemungkinan penulis pun akan mendapatkan hasil yang berbeda pula nantinya.

## 2.3 Kerangka Pikir

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan hasil uraian pada latar belakang dan kerangka pikir, maka dapat dibangun hipotesis penelitian yakni di duga bahwa :

1. Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
2. Apakah Bantuan Pemerintah berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
3. Apakah Kompetensi SDM berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid
4. Apakah Kredit Modal Kerja berpengaruh terhadap pemulihan kondisi UMKM pasca Pandemi Covid

## 2.5 Defenisi Operasional

**Tabel 2.2 Defenisi Operasional**

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	<p>Bantuan Pemerintah :</p> <p>Bantuan pemerintah merupakan bantuan sosial (bansos) yang diberikan oleh pemerintah dalam bentuk transfer uang atau barang yang diberikan kepada masyarakat guna melindungi dari kemungkinan terjadinya risiko sosial dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat</p> <p>(Sri Lestari Rahayu 2012)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan bantuan sosial kepada masyarakat</li> <li>b. Memberikan keringanan dengan membebaskan pajak</li> <li>c. Memberikan bantuan alokasi tempat usaha</li> <li>d. Memberikan perizinan usaha kepada masyarakat</li> </ol> <p>Hamami (2017)</p>	Likert
	<p>Digital Marketing:</p> <p>Proses alih media dari bentuk</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Content Marketing</i></li> </ol>	

2.	<p>tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital, untuk fungsi <i>fotocopy</i>, dan untuk membuat koleksi perpustakaan digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, <i>scanner</i>, operator media sumber dan <i>software</i> pendukung</p> <p>(Sukmana 2005)</p>	<p>b. <i>Pay-per-clik</i>  c. <i>Search Engine Optimization</i>  d. <i>Email Marketing</i>  e. <i>Search Engine Marketing</i></p> <p>Tarigan dan Sanjaya (2015)</p>	Likert
3.	<p>Kompetensi SDM:</p> <p>Kompetensi SDM dapat diartikan sebagai keahlian individual untuk menunjukkan pengetahuan dan keterampilan dalam menghasilkan produk atau jasa sebagai standar yang di haruskan</p> <p>(Palan 2014)</p>	<p>a. Pengetahuan  b. Pemahaman  c. Kemampuan  d. Nilai  e. Minat</p> <p>Gordon (Sutrisno 2017)</p>	Likert
4.	<p>Kredit Modal Kerja:</p> <p>Kredit modal Kerja adalah kredit jangka pendek untuk membiayai kebutuhan modal kerja usaha atau proyek</p> <p>Bank Sulsel (2009: 83)</p>	<p>a. <i>Capacity</i> (kemampuan)  b. <i>Capital</i> (modal)  c. <i>Collateral</i> (jaminan)</p> <p>Suhardjo (2017)</p>	Likert
5.	<p>Pemulihan UMKM:</p> <p>Pemulihan UMKM dapat diartikan pemulihan ekonomi didefinisikan sebagai bagian awal dari ekspansi, dimana UMKM memperoleh kembali kekuatannya untuk tumbuh dan ditandai mulai meningkatnya produksi dan komsumsi</p> <p>Mubyanto (2020)</p>	<p>a. Pertumbuhan Penjualan  b. Pertumbuhan Pelanggan  c. Pertumbuhan Keuntungan  d. Pertumbuhan Ekonomi</p> <p>Rapih, S., Martono, T., &amp; Riyanto, G. (2015)</p>	Likert

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian tentunya penulis harus dapat menentukan dan menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang masalah yang akan dipecahkan dan juga langkah-langkah untuk menghadapinya.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positif, digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan. Hipotesis yang ditetapkan diuji. Sugiyonon (2012)

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Makassar

#### 3.3 Populasi

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini. Populasi sasaran penelitian ini adalah 100 orang di 15 kecamatan di Kota Makassar.

Menurut Menurut Sugiyono (2012), populasi adalah suatu wilayah umum yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang peneliti pelajari dan ditarik kesimpulannya.

Tabel 3.1  
Daftar UMKM Kuliner di Kota Makassar

No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Biringkanaya	110
2	Bontoala	60

3	Makassar	65
4	Mamajang	107
5	Manggala	112
6	Mariso	78
7	Panakukang	89
8	Rappocini	109
9	Sombaopu	127
10	Tallo	88
11	Tamalate	97
12	Tamalanrea	83
13	Ujung Pandang	99
14	Ujung Tanah	95
15	Wajo	85
	Jumlah	1.404

*Sumber: Dinas Perdagangan 2022*

### 3.4 Sampel

Menurut Sugiyono (2012), sampel adalah himpunan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Dalam penelitian ini menggunakan jumlah pelaku UMKM yang berada di 15 kecamatan di Kota Makassar yang menggunakan rumus

$$\text{slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = standar error (10%)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{1.404}{1 + 1.404(10)^2} \\
 &= \frac{1404}{1 + 1.404(0,1)^2} \\
 &= \frac{1.404}{1 + 1.404(0,01)} \\
 &= \frac{1.404}{1 + 14,04} \\
 &= \frac{992}{15,04} \\
 &= 93,351
 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus slovin tersebut sample yang diperoleh sebanyak 93,351 maka dibulatkan menjadi 100. jadi sampel yang akan diambil dalam penelitian ini ialah sebanyak 100 responden UMKM.

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.5.1 Jenis Data**

Dalam suatu investigasi, data diperlukan untuk mengidentifikasi secara baik dan secara jelas mendefinisikan karakteristik penelitian. Data survei digunakan sebagai data primer berupa data kuantitatif. Pendekatan statistik digunakan untuk menggambarkan pengaruh variabel penjelasan seperti dukungan pemerintah (X1), pemasaran digital (X2), kompetensi SDM (X3) dan investasi (X4) terhadap variabel dependen yang disebut pemulihan UKM (Y).

#### **3.5.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- a.) Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung, dan sumber data adalah formulir kuesioner yang dibagikan ke seluruh pelaku UMKM di 15 kecamatan kota Makassar, serta wawancara, survei, tanggapan dari pelaku UMKM.
- b.) Data sekunder merupakan sumber data yang sudah ada dalam berbagai bentuk. Data sekunder biasanya berupa bukti sejarah, catatan, atau akun yang diperoleh dari arsip (data arsip) yang diterbitkan dan tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini, data sekunder dapat dikumpulkan dari responden atau pelaku UMKM yang terkait dengan penelitian ini.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

- a) Teknik pengumpulan data dimana penulis melakukan penelitian secara terampil dalam mengumpulkan data untuk mendapatkan data sesuai yang dibutuhkan. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden terkait dengan masalah

penelitian. Menurut Sugiyono (2012) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

- b) Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses percakapan yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada narasumber terkait topik penelitian secara langsung. wawancara yang digunakan yaitu wawancara mendalam yang hal ini bertujuan utama agar dapat diketahui secara jelas data tentang analisis pemulihan UMKM di Kota Makassar.
- c) Observasi adalah teknik penelitian dengan cara mengamati secara langsung objek yang sedang dipelajari. Pengamatan pelaku UMKM dilakukan di Makassar melalui pengamatan langsung di tempat kerja.
- d) Dokumentasi metode ini yaitu mengumpulkan data penelitian dengan melihat dokumen atau catatan-catatan penting yang berkaitan dengan objek penelitian. Tujuan dari metode ini adalah memperoleh data secara jelas dan mendukung data yang telah ada didapatkan sebelumnya.

### **3.7 Metode Analisis**

#### **3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan peneliti adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode jejak deskriptif. Metode analisis regresi linier berganda dapat dikatakan demikian karena memiliki dua atau lebih variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel terikat. Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempengaruhi adiksi (Ghozali 2018).

Berikut persamaan regresi linear berganda yang dapat diuraikan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

$\alpha$  = konstanta

X1 = Bantuan Pemerintah

X2 = Digital Marketing

X3 = Kompetensi SDM

X4 = Kredit Modal Kerja

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien regresi

X1, X2, X3, X4 = Variabel bebas

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Perkembangan UMKM di Kota Makassar**

Di Kota Makassar merupakan salah satu kota yang banyak memiliki pelaku UMKM dan juga sangat aktif munculnya usaha-usaha baru sehingga perlu adanya strategi dari pemerintah untuk tetap mempertahankan dan mengembangkan UMKM yang ada. Sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Sulawesi Selatan No. 17 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Koperasi dan UKM, dimana peraturan ini mengatur bagaimana pemberdayaan dan perkembangan koperasi, usaha mikro, kecil, menengah yang nantinya menjadi terobosan untuk pertumbuhan ekonomi di Kota Makassar yang pastinya mampu juga meningkatnya daya saing seperti dalam Peraturan Walikota Makassar No. 98 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Koperasi, Dan Usaha Kecil, Menengah. Dapat dilihat pada masa Pandemi 2020 penurunan perekonomian kemudian naik menjadi 4,47 pada tahun 2021 dan mengalami kenaikan kembali menjadi 5,40 di tahun 2022, maka berdasarkan data tersebut perkembangan UMKM di Kota Makassar cukup mengalami peningkatan tiap tahunnya bersamaan dengan perekonomian karena inilah peran UMKM cukup besar terhadap perkembangan ekonomi juga.

#### **4.2 Hasil Penelitian**

Pada penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu Analisis Data Regresi Linear Berganda. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen ada pengaruhnya terhadap variabel dependen yang nantinya akan kita ketahui melalui beberapa uji data yang digunakan sebagai pendukung analisis tersebut.

#### 4.2.1 Karakteristik Responden

##### 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Laki-Laki	52	52,0	52,0	52,0
	Perempuan	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Sumber: data primer diolah peneliti ddengan SPSS 21 (2023)*

Pada Tabel 4.1 diketahui bahwa terdapat 52% responden laki-laki dan 48% responden perempuan yang terlibat dalam penelitian ini yang jumlah keseluruhannya 100%.

##### 2. Karakteristik Responden Menurut Usia

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<30 Tahun	13	13,0	13,0	13,0
	>50 Tahun	5	5,0	5,0	18,0
	31-40 Tahun	54	54,0	54,0	72,0
	41-50 Tahun	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Sumber: data pribadi diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Data yang ditampilkan pada tabel 4.2 adalah usia responden dimana jumlah responden dibawah 30 tahun sebanyak 13%, usia dibawah 50 tahun sebanyak 5%, usia 31-40 tahun sebanyak 54% dan usia 41-50 tahun sebanyak 25% dari jumlah total 100% responden yang ada dalam penelitian ini.

## 4.2.2 Analisa Variabel

### 1. Deskriptif Variabel

**Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Bantuan Pemerintah (X1)**

Item Pernyataan	Frekuensi					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X1.1			8	56	36	4,28
X1.2			7	56	37	4,30
X1.3			6	60	34	4,28
X1.4			11	52	37	4,26
Mean						4,28

*Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Pada tabel 4.3 hasil analisis deskriptif sebanyak 4,28% responden menjawab dari yang netral sampai dengan sangat setuju dengan pernyataan pada variabel bantuan pemerintah.

**Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Digital Marketing (X2)**

Item Pernyataan	Frekuensi					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X2.1			8	59	33	4,25
X2.2			4	62	34	4,30
X2.3			4	64	32	4,28
X2.4			7	60	33	4,26
X2.5			5	68	27	4,22
Mean						4,26

*Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Tabel 4.4 hasil dari rata-rata semua responden yang menjawab netral ke sangat setuju sebanyak 4,26% pada pernyataan yang ada pada variabel digital marketing.

**Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Kompetensi SDM (X3)**

Item Pernyataan	Frekuensi					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X3.1			6	57	37	4,31
X3.2			6	58	36	4,30

X3.3			7	56	37	4,30
X3.4			3	63	34	4,31
X3.5			5	60	35	4,30
Mean						4,30

*Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Data analisis deskriptif pada tabel 4.5 rata-rata responden menjawab sebanyak 4,30% pernyataan yang ada dimana dari netral ke sangat setuju dari variabel kompetensi SDM.

**Tabel 4.6 Deskriptif Kredit Modal Kerja (X4)**

Item Pernyataan	Frekuensi					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
X4.1			3	55	42	4,39
X4.2			5	68	27	4,22
X4.3			10	56	34	4,24
Mean						4,28

*Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Hasil analisis deskriptif pada tabel 4.6 responden rata-rata menjawab sebanyak 4,28% netral ke sangat setuju dengan variabel kredit modal.

**Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Pemulihan UMKM (Y)**

Item Pernyataan	Frekuensi					Mean
	STS	TS	N	S	SS	
Y1.1			3	61	36	4,33
Y1.2			5	57	38	4,33
Y1.3			4	58	38	4,34
Y1.4			8	60	32	4,24
Mean						4,31

*Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Analisis deskriptif pada tabel 4.7 dilihat rata-rata responden menjawab sebanyak 4,31% dari netral ke sangat setuju pada variabel pemulihan UMKM.

## 2. Uji Validitas

**Tabel 4.8 Uji Validasi Bantuan Pemerintah (X1)**

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Bantuan Pemerintah (X1)	X1.1	0,831 (4)	0,197	Valid
	X1.2	0,891 (1)	0,197	Valid
	X1.3	0,864 (3)	0,197	Valid
	X1.4	0,870 (2)	0,197	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

**Tabel 4.9 Uji Validasi Digital Marketing (X2)**

Digital Marketing (X2)	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Digital Marketing (X2)	X2.1	0,782	0,197	Valid
	X2.2	0,745	0,197	Valid
	X2.3	0,771	0,197	Valid
	X2.4	0,797	0,197	Valid
	X2.5	0,729	0,197	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

**Tabel 4.10 Uji Validasi Kompetensi SDM (X3)**

Kompetensi SDM (X3)	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kompetensi SDM (X3)	X3.1	0,842	0,197	Valid
	X3.2	0,858	0,197	Valid
	X3.3	0,902	0,197	Valid
	X3.4	0,859	0,197	Valid
	X3.5	0,863	0,197	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

**Tabel 4.11 Uji Validasi Kredit Modal Kerja (X4)**

Kredit Modal (X4)	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kredit Modal (X4)	X4.1	0,724	0,197	Valid
	X4.2	0,808	0,197	Valid
	X4.3	0,842	0,197	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

**Tabel 4.12 Uji Validasi Pemulihan UMKM (Y)**

Pemulihan UMKM (Y)	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pemulihan UMKM (Y)	Y1	0,844	0,197	Valid
	Y2	0,877	0,197	Valid
	Y3	0,849	0,197	Valid

	Y4	0,681	0,197	Valid
--	----	-------	-------	-------

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

Dari hasil ke lima tabel uji validasi diatas dapat diuraikan bahwa r hitung dari empat pernyataan variabel independen bantuan pemerintah (X1), lima pernyataan dari digital marketing (X2), enam pernyataan dari kompetensi SDM (X3), tiga pernyataan dari kredit modal kerja (X4), dan empat pernyataan dari variabel dependen pemulihan UMKM (Y) diketahui r hitung > r table maka semua pernyataan dapat dikatakan valid.

### 3. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Bantuan Pemerintah (X1)	0,886	Reliabel
Digital Marketing (X2)	0,823	Reliabel
Kompetensi SDM (X3)	0,915	Reliabel
Kredit Modal Kerja (X4)	0,701	Reliabel
Pemulihan UMKM (Y)	0,826	Reliabel

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

Pada uji reliabilitas variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai dari Cronbach Alpha > 0,60 yang dimana dapat kita lihat pada tabel 4.13 dimana X1, X2, X3, X4, DAN Y memiliki nilai yang > 0,060 yang artinya semua data dari kuesioner uji reliabilitas penelitian ini telah reliabel.

### 4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,009	1,078		,937	,351
	Bantuan Pemerintah	,183	,084	,210	2,166	,033

Digital Marketing	,211	,099	,245	2,125	,036
Kompetensi SDM	,192	,066	,258	2,923	,004
Kredit Modal Kerja	,349	,101	,258	3,458	,001

a. Dependent Variable: Pemulihan UMKM

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

Untuk mengetahui perhitungan dari hasil regresi pada tabel 4.14 maka perlu menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$\text{Maka } Y = 1,009 + 0,183 + 0,211 + 0,192 + 0,349 + e$$

Dari perhitungan hasil analisis regresi linear berganda tersebut dapat dilihat bahwa nilai penambahan dari Bantuan Pemerintah (X1) terhadap Pemulihan UMKM (Y) sebanyak 0,183 kemudian nilai penambahan dari Digital Marketing (X2) terhadap Pemulihan UMKM (Y) sebanyak 0,211 lalu nilai penambahan dari Kompetensi SDM (X3) terhadap Pemulihan UMKM (Y) sebanyak 0,192 dan nilai penambahan Kredit Modal Kerja (X4) sebanyak 0,349 dan apabila di uraikan maka dapat di jelaskan dalam beberapa poin seperti berikut ini:

1. Jika nilai X1, X2, X3, X4 di asumsikan = 0 maka nilai Y = nilai konstanta 1,009
2. Nilai koefisien dari regresi fariabel X1 = 0,183 maka bisa diartikan apabila ada penambahan bantuan pemerintah yang mengalami kenaikan satuan membuat pemulihan UMKM juga meningkat 0,183. Semakin tinggi penambahan nilai dari bantuan pemerinta (X1) maka pemulihan UMKM juga semakin membaik dan artinya nilai koefisien sendiri bernilai positif.
3. Nilai koefisien dari regresi variabel X2 = 0,211 maka bisa diartikan apabila ada penambahan digital marketing yang mengalami kenaikan satuan membuat pemulihan UMKM juga meningkat menjadi 0,211. Semakin tinggi

4. penambahan nilai dari digital marketing (X2) maka pemulihan UMKM juga semakin membaik dan artinya nilai koefisien sendiri bernilai positif.
5. Nilai koefisien dari regresi variabel X3 = 0,192 maka bisa diartikan apabila ada penambahan kompetensi SDM yang mengalami kenaikan satuan membuat pemulihan UMKM juga meningkat menjadi 0,192. Semakin tinggi penambahan nilai dari kompetensi SDM (X3) maka pemulihan UMKM juga semakin membaik dan artinya nilai koefisien bernilai positif.
6. Nilai koefisien dari regresi variabel X4 = 0,349 maka bisa diartikan apabila ada penambahan kredit modal kerja yang mengalami kenaikan satuan membuat pemulihan UMKM juga meningkat menjadi 0,349. Semakin tinggi penambahan nilai dari kredit modal kerja (X4) maka pemulihan UMKM juga semakin membaik dan artinya nilai koefisien bernilai positif.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Uji Signifikan Variabel (Uji Statistik t)

Uji signifikan variabel di formulasikan dalam bentuk model yang bertujuan untuk penentuan variabel independen akan berpengaruh terhadap variabel dependen.

**4.15 Tabel Hasil Uji Statistik t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,009	1,078		,937	,351
	Bantuan Pemerintah	,183	,084	,210	2,166	,033
	Digital Marketing	,211	,099	,245	2,125	,036
	Kompetensi SDM	,192	,066	,258	2,923	,004
	Kredit Modal Kerja	,349	,101	,258	3,458	,001

a. Dependent Variable: Pemulihan UMKM

Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)

1. Hipotesis pertama diketahui untuk bantuan pemerintah (X1)  $t_{hitung} = 2,166 > t_{tabel} = 1,985$  dengan signifikan  $0,033 < 0,05$  yang dapat diartikan bahwa X1 berpengaruh dan signifikan terhadap Y .
2. Hipotesis kedua diketahui untuk digital marketing (X2)  $t_{hitung} = 2,125 > t_{tabel} = 1,985$  dengan signifikan  $0,036 < 0,05$  yang dapat diartikan bahwa X2 berpengaruh dan signifikan terhadap Y.
3. Hipotesis ketiga diketahui untuk kompetensi SDM (X3)  $t_{hitung} = 2,923 > t_{tabel} = 1,985$  dengan signifikan  $0,004 < 0,05$  yang dapat diartikan bahwa X3 berpengaruh dan signifikan terhadap Y.
4. Hipotesis keempat diketahui untuk kredit modal (X4)  $t_{hitung} = 3,458 > t_{tabel} = 1,985$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  yang dapat diartikan bahwa X3 berpengaruh dan signifikan terhadap Y.

#### 4.4.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F menggunakan nilai signifikan 0,05 untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen.

**4.16 Tabel Hasil Statistik F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235,498	4	58,875	60,308	,000 <sup>b</sup>
	Residual	92,742	95	,976		
	Total	328,240	99			
a. Dependent Variable: Pemulihan UMKM						
b. Predictors: (Constant), Kredit Modal, Bantuan Pemerintah, Kompetensi SDM, Digital Marketing						

*Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Dapat kita lihat dari tabel 4.16 nilai signifikan sebanyak = 0,000 > 0,05 lalu nilai dari F hitung sendiri sebanyak = 60,308 > F tabel = 2,47. Dengan hasil nilai

tersebut dapat kita simpulkan bahwa semua nilai variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan.

#### 4.4.3 Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> lebih mengarah kepada bagaimana menjelaskan variasi variabel dependen dapat diukur dengan besarnya variabel independen.

**4.17 Tabel Hasil Uji Koefisien R<sup>2</sup>**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 <sup>a</sup>	,717	,706	,98804
a. Predictors: (Constant), Kredit Modal, Bantuan Pemerintah, Kompetensi SDM, Digital Marketing				

*Sumber: data primer diolah peneliti dengan SPSS 21 (2023)*

Tabel 4.17 menjelaskan bahwa sebanyak 0,706 nilai dari Adjusted R Square dengan maksud bahwa bantuan pemerintah, digital marketing, kompetensi SDM, dan kredit modal berpengaruh 70,6% terhadap pemulihan UMKM dan 29,4% dipengaruhi dari faktor lainnya.

## 4.5 Pembahasan

### 1. Analisis Pengaruh Bantuan Pemerintah Terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar

Berdasarkan hipotesis pertama, ternyata dukungan negara berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemulihan UMKM, dibuktikan dengan nilai koefisien t yang nilainya kurang 0,033 lebih kecil dari 0,05, hipotesis awal dapat diterima.

Pada penelitian ini Indikator yang memiliki rerata tertinggi pertama yakni pembebasan pajak dengan nilai rerata 0,891 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) menyatakan pembebasan pajak yang

diberikan oleh pemerintah sangat membantu dalam menjalankan usaha dan yang dimaksud adalah pajak penghasilan dimana para pelaku UMKM tidak perlu merasa cemas akan pembayaran pajak yang nantinya akan mengurangi modal usaha sehingga apabila usaha yang dijalankan telah stabil kembali maka pajak bisa dibayar oleh pelaku usaha dengan kewajiban yang ada. Menurut Soemitro (2018:1) Pajak adalah kontribusi yang dapat ditentukan secara langsung dan digunakan untuk membayar pemerintah dengan (bisa secara paksa) menerima layanan yang (dapat digunakan) dari pemerintah ke kas negara yang sah.

Kemudian indikator dengan rerata tertinggi kedua yakni dengan nilai kemudahan pemberian Izin Usaha, hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa dalam memulai usaha yang sangat sulit untuk dilakukan adalah izin usahanya sendiri, terlalu lama dalam proses mendaftarkan diri dan usaha di kantor Dinas Perizinan Terpadu Satu Pintu (DPTSP) Kota Makassar hingga berbulan-bulan sehingga memakan waktu cukup lama dan juga banyak calo yang ada sehingga dengan mempermudah izin usaha tentu sangat membantu parapelaku UMKM. perizinan adalah pemberian izin atau hak berupa pendaftaran usaha kepada seseorang atau pegawai atau kegiatan tertentu. Perizinan adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan dalam hukum administrasi untuk mengontrol perilaku publik.

Kemudian indikator dengan rerata tertinggi ketiga yakni pemberian tempat usaha dengan nilai 0,864 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) menyatakan bahwa dengan adanya bantuan tempat usaha seperti Bazar kuliner, Lorong wisata, pasar segar dan juga *Culinary Night* dengan adanya kegiatan ini memberikan tempat berkumpulnya para pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka dengan baik. Menurut Tjiptono

(2008) lokasi perusahaan adalah tempat dimana perusahaan beroperasi atau ditinjau dari segi ekonomi perusahaan melakukan kegiatan produksi barang dan jasa.

Kemudian indikator dengan rerata terendah yakni bantuan sosial, hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa rata-rata pelaku UMKM menggunakan bantuan sosial berupa uang tunai dengan konsumsi pribadi yang seharusnya digunakan untuk usaha. Peraturan Pemerintah Dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2021 Pasal 1 Ayat 15, Bantuan sosial adalah pemberian bantuan berupa uang/barang dari pemerintah daerah kepada individu, keluarga, kelompok dan/atau masyarakat yang sifatnya tidak secara terus menerus dan selektif yang bertujuan untuk melindungi dari kemungkinan terjadinya risiko sosial.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Ismaul Aufa, M. Elfan Kaukab, Ahman Fahmi Nugroho (2023) juga Mohammad Ahyar, Syafwan Lysander (2022) yang menyatakan bahwa bantuan pemerintah sangat besar pengaruh dan perannya untuk tetap mempertahankan UMKM sehingga pemulihan pasca pandemi cepat tercapai.

## **2. Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar**

Berdasarkan hipotesis kedua, hasilnya menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemi UMKM, Hal ini terlihat dari nilai t hitung yang lebih besar dari nilai tabel yang lebih rendah secara signifikan dari 0,036 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis kedua dapat diterima.

Pada penelitian ini Indikator yang memiliki rerata tertinggi pertama yakni Lebih dekat dengan pelanggan karena terjadi interaksi komunikasi secara tidak langsung dengan nilai rerata 0,797 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa

pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa dengan adanya aplikasi dari digital marketing dapat membantu para pelaku UMKM dan konsumen bisa berkomunikasi tanpa harus bertemu dan sangat memudahkan hanya dengan membuka aplikasi dan kita bisa mengetahui apa yang konsumen inginkan, produk seperti apa yang mereka sukai, serta keluhan apa saja yang mereka berikan. Menurut Riswandi (2009), istilah komunikasi (*communication*) berasal dari Bahasa Latin *communicatus* atau *communicatio* atau *communicare* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Menurut *Webster New Collogiate Dictionary*, komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antara individu melalui sistem lambang-lambang, tandatanda atau tingkah laku

Kemudian Indikator yang memiliki rerata tertinggi kedua yakni membuat *content* yang menarik dalam memasarkan usaha nilai rerata 0,782 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa masa sekarang akan lebih menarik bila penjualan secara online dikonsepskan dalam sebuah *content* agar konsumen semakin tertarik semakin *viral content* nya maka semakin banyak pula yang akan melihat promosi produk tersebut. Menurut Pulizzi (2013, p. 5), content marketing adalah sebuah proses pemasaran dan bisnis dalam menciptakan serta mendistribusikan konten yang menarik dan bernilai agar menarik, mendapatkan, serta melibatkan target audiens untuk melakukan tindakan yang menguntungkan perusahaan.

Kemudian Indikator yang memiliki rerata tertinggi ketiga yakni usaha lebih efektif dan efisien dalam pencarian web dengan nilai rerata 0,771 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) sangat terbantu dengan adanya pencarian dalam web yang tanpa harus dipromosikan ulang oleh pelaku UMKM dengan sendirinya akan muncul dengan data yang lengkap sesuai yang diberikan oleh pelaku UMKM. Menurut Abdulloh (2016:1) website adalah kumpulan halaman yang berisi informasi data digital berupa teks,

gambar, animasi, suara dan video atau gabungan dari semuanya yang disediakan melalui jalur koneksi internet sehingga dapat diakses dan dilihat oleh semua orang di seluruh dunia.

Kemudian Indikator yang memiliki rerata tertinggi keempat yakni membuat iklan platform sehingga usaha terkenal luas dengan nilai rerata 0,745 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa menggunakan marketplace Facebook untuk membuat iklan suatu produk sangatlah berguna dan membantu untuk mempromosikan produk jualan dengan mudah dan tentu membuat banyak konsumen mengenal produk yang sedang dijual. Menurut *Wikipedia* platform adalah sebuah kombinasi asitektur perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*).

Kemudian Indikator yang memiliki rerata terendah yakni memudahkan pelanggan dalam mencari usaha yang dimiliki dengan nilai rerata 0,729 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan masih banyak konsumen yang kurang membuka website dan lebih menyukai membuka aplikasi sehingga pelaku UMKM banyak yang kurang menggunakan website. Menurut Sebok (2018 : 70) adalah kumpulan halaman yang saling terhubung yang di dalamnya terdapat beberapa item seperti dokumen dan gambar yang tersimpan di dalam web server.

Hasil dari hipotesis ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh yang mengatakan bahwa digital marketing sangat besar perannya terhadap perkembangan UMKM sehingga jika terus dikembangkan kepada para pelaku UMKM tentu saja pemulihan UMKM berjalan dengan baik dengan hasil yang baik pula.

### **3. Analisis Pengaruh Kompetensi SDM terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar**

Berdasarkan hipotesis kedua, diperoleh hasil bahwa kompetensi SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi UKM, terlihat pada nilai t hitung lebih besar dari nilai t tab yaitu 0,004 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis ketiga dapat diterima.

Pada penelitian ini Indikator yang memiliki rerata tertinggi pertama yakni Mampu menjalankan usaha agar lebih baik, efektif dan efisien dengan nilai rerata 0,902 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa semakin tinggi kemampuan menjalankan usaha yang dimiliki SDM maka tentu usaha akan berkembang dan akan terus bertahan. Menurut Jayanti Octavia (2015:43) sikap kewirausahaan adalah keterampilan yang menjawab pertanyaan tentang apa yang diharapkan atau dirasakan dalam kaitannya dengan tujuan kinerja, yaitu kepercayaan, kepercayaan diri, tindakan dan pencapaian pelopor, kualitas kepemimpinan, pengusaha inovatif dengan pemikiran berorientasi masa depan adalah persyaratan dasar.

Kemudian Indikator yang memiliki rerata tertinggi kedua yakni Adanya minat untuk selalu memperbaharui usaha dan berinovasi dengan nilai rerata 0,863 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) usaha jika dijalankan dengan minat yang kuat dan konsisten dan selalu berinovasi tentu akan menghasilkan usaha yang selalu mengalami pembaharuan dan mengikuti situasi dan kondisi keadaan apapun dan tidak mudah jatuh. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) dalam (Trustorini & Yusuf, 2017) sikap kewirausahaan adalah pemikir kreatif, inovatif yang mampu menciptakan, membangun, menumbuhkan, mengelola dan meningkatkan usaha. Pengusaha harus belajar menjadi proaktif. Menatap masa depan, cari opsi dan jelaskan masalah lain dan solusinya.

Kemudian Indikator yang memiliki rerata tertinggi ketiga yakni Menjalankan usaha dengan nilai kejujuran, disiplin, komitmen, dan bertanggung jawab dengan nilai rerata 0,859 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa dalam ber usaha tentu kita sebagai pelaku maupun karyawan harus memiliki nilai yang bisa dipercaya oleh konsumen sehingga nantinya konsumen akan loyal terhadap usaha yang dijalankan, contohnya seperti memberikan pelayanan yang bertanggung jawab, selalu jujur menjawab saat konsumen bertanya dan disiplin untuk hal waktu dimana tidak membuat konsumen menunggu lama.

Kemudian Indikator yang memiliki rerata tertinggi keempat yakni Memahami apa yang harus dilakukan untuk menjalankan usaha dengan nilai rerata 0,858 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa usaha harus memiliki tujuan dan mengetahui kendala apa saja yang harus dihadapi kedepannya untuk itu pelaku usaha tentu harus mempersiapkan diri dalam menghadapinya seperti penurunan omset, kurangnya modal, serta mencari alternatif diskon harga saat persaingan sedang meningkat. Darianto dan Cahiono (2013:6) Kewirausahaan adalah kepribadian, kecerdasan dan sikap positif seseorang yang mengarah pada inovasi, pengembangan pribadi dan sosial.

Kemudian indikator terendah yakni Memiliki pengetahuan dasar untuk menjalankan usaha agar lebih efektif dan efisien dengan nilai rerata 0,842 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa pengetahuan dasar dalam berdagang atau ber usaha semua orang dapat memilikinya secara otodidak karena sudah terbiasa terlibat dalam kegiatan jual beli sebagai konsumen sehingga setiap pelaku UMKM tentu bisa memulai usahanya asalkan dengan niat yang bersungguh-sungguh dan tidak mudah menyerah dalam kondisi usaha yang tidak baik seperti awal usaha tidak

mencapai target, atau kurang peminat karena semakin mendalami tentu akan menemukan cara sendiri untuk beradaptasi dengan keadaan tersebut. Menurut Kuntowicaksono dalam Apriliani (2015, h. 12) dikatakan bahwa pengetahuan diperoleh dalam bisnis dengan pengetahuan, gagasan pengetahuan diintegrasikan ke dalam ingatan dan merupakan cara yang berkelanjutan untuk proses yang berjalan terus-menerus kedepannya.

Hasil dari penelitian ini pun sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Zidni Husnia Fachrunnisa, Mustaghfiroh, Anandita Zulia Putri (2022) dan Haerul Anwar (2022) dimana mengemukakan bahwa pentingnya kompetensi SDM untuk para pelaku UMKM untuk menjalankan usaha tentu harus memiliki kemampuan, pengetahuan, serta keterampilan untuk mempertahankan kinerja agar tetap selalu meningkat optimal UMKM itu sendiri.

#### **4. Analisis Pengaruh Kredit Modal terhadap Pemulihan UMKM di Kota Makassar**

Berdasarkan hipotesis keempat, hasil menunjukkan bahwa modal utang berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemulihan usaha kecil dan menengah. Tandanya 0,004 lebih kecil dari nilai 0,05 yang dirumuskan, yang secara signifikan lebih tinggi dari nilai t berlabel, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

Pada penelitian ini Indikator yang memiliki rerata tertinggi pertama yakni Jaminan debitur dianalisa untuk besarnya nilai jaminan yang digunakan sebagai alat pengaman dari debitur kepada kreditur dengan nilai rerata 0,842 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) yang mengatakan bahwa kredit modal dapat diberikan kepada pelaku usaha dengan

nilai pinjaman sesuai dengan jaminan yang disanggupi agar memuaskan kedua belah pihak baik dari debitur maupun kreditur. Menurut M. Bahsan (2002), jaminan adalah segala sesuatu yang diterima dan ditawarkan oleh kreditur kepada perusahaan untuk mendapatkan pinjaman dari debitur.

Kemudian indikator tertinggi kedua yakni Modal debitur dianalisa untuk mengukur kemampuan debitur dalam menyediakan modal sendiri untuk mendukung pembiayaan usaha dengan nilai rerata 0,808 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) mengatakan bahwa modal yang diterima dari kredit modal sangat di rincihkan dan di perkirakan untuk cukup memutar kembali modal usaha sehingga pelaku tidak perlu berulang kali meminjam sehingga tidak merasakan kekurangan modal. Menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011:9) Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; harta benda(uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Menurut Hasibuan (2008:87), pinjaman adalah setiap hutang yang harus dibayar oleh peminjam dengan bunganya dalam jangka waktu tertentu.

Kemudian indikator terendah yakni Kemampuan debitur dianalisa untuk mengukur kemampuan debitur dalam mengembalikan kredit dengan nilai rerata 0,724 hal ini sesuai dengan fakta empirik bahwa pelaku UMKM (responden) karena terlalu banyak syarat dan penilaian pengembalian kredit sehingga banyak pelaku usaha enggan memilih untuk mengambil kredit modal dan hanya berusaha mengumpulkan modal usaha sedikit demi sedikit. Menurut Hasibuan (2008:87), kredit adalah jumlah seluruh pinjaman yang harus dibayar kembali dengan bunganya oleh peminjam sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pertama Pemulihan UMKM dipengaruhi positif oleh bantuan pemerintah dimana semakin besar peran bantuan pemerintah akan cepat pula pemulihan UMKM yang terjadi, kemudian pemulihan UMKM dipengaruhi positif terhadap Digital Marketing dimana semakin tinggi penggunaan dan pengaplikasian digital marketing pada para pelaku UMKM maka pendapatan para pelaku UMKM meningkat pula sehingga pemulihan cepat tercapai, selanjutnya ketiga Pemulihan UMKM dipengaruhi positif oleh Kompetensi SDM dimana semakin baik pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan maka kinerja pada UMKM juga akan meningkat dan membuat perkembangan UMKM juga semakin baik sehingga para pelaku UMKM mampu bersaing dan bertahan tanpa kendala yang nantinya pemulihan UMKM mudah dilalui, danyang terakhir yaitu pemulihan UMKM dipengaruhi positif oleh adanya Kredit Modal yang tentunya memiliki peran penting pula dimana membantu para pelaku UMKM untuk memaksimalkan dana modal mereka untuk tetap bertahan dan mampu melanjutkan usaha mereka.

#### **5.2 Saran**

Dari kesimpulan diatas maka penulis menyarankan untuk penelitian kedepannya lebih memperluas responden dan sampel agar lebih banyak menjangkau dan menambah variabel yang dapat mempengaruhi pemulihan UMKM selanjutnya. Kemudian peneliti berharap agar penelitian ini bisa menjadi referensi kepada peneliti kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, (2016). Prasetyo, A. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penerimaan Karyawan Baru Pada PT. Trocon Indah Perkasa Jakarta.
- Arlita, (2020). Studi pemulihan dan pengembangan ekonomi kreatif sub-sektor kuliner pasca pandemi (COVID-19) dalam menunjang pertumbuhan ekonomi di Provinsi Sulawesi Tenggara. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 9(2), 116-131
- Chaki, (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.
- Fahmi, (2014). Katili, i. m., Tommy, p., & Untu, v. (2014). Kelayakan Kredit Dan Penetapan Plafon Kredit Modal Kerja Calon Debitor Umkm Di Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1).
- Gordon, (2011). Aufa, I., Kaukab, M. E., & Nugroho, A. F. (2023). Peran Pemerintah Kabupaten Wonosobo dalam Pemulihan UMKM Pasca Pandemi Covid-19. *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 2(1), 30-44.
- Hasniaty,(2023). Dalam bukunya berjudul *Manajemen Pemasaran (Perspektif Internet Of Things)*
- Hamami, (2017). Aufa, I., Kaukab, M. E., & Nugroho, A. F. (2023). Peran Pemerintah Kabupaten Wonosobo dalam Pemulihan UMKM Pasca Pandemi Covid-19. *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 2(1), 30-44.
- Ismaul Aufa, (2023). Peran Pemerintah Kabupaten Wonosobo Dalam Pemulihan UMKM Pasca Pandemi Covid-19. *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 2(1), 30-44.
- Nungky, (2021). Peran pemerintah daerah dalam mengembangkan UMKM yang terdampak covid-19. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan Dan Inovasi*, 3(1), 45-57.

- Nafisatul, (2021). Studi Pemulihan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Sumatera Selatan. *Berajah Journal*, 2(1), 177-187.
- Kasmir, (2008). Kelayakan Kredit Dan Penetapan Plafon Kredit Modal Kerja Calon Debitor Umkm Di Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1).
- Riswandi, (2009). Makna Simbol Dalam Tradisi Punjungan Pernikahan Pada Masyarakat Jawa Di Desa Sarimulyo Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma (Doctoral dissertation, UIN Bengkulu).
- Soemitro, (2018). Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Bunga Pinjaman Wajib Pajak (Studi Kasus: Putusan Nomor 119/B/PK/Pjk/2018) (Doctoral dissertation, Universitas YARSI)
- Supriyono, (2010). Katili, I. M., Tommy, P., & Untu, V. (2014). Kelayakan Kredit Dan Penetapan Plafon Kredit Modal Kerja Calon Debitor Umkm Di Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1).
- Soeroyo, A. (2021). Peran pemerintah daerah dalam mengembangkan UMKM yang terdampak covid-19. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan Dan Inovasi*, 3(1), 45-57.
- Thaha, 2020. Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153
- Yendravati, (2013). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen.

## LAMPIRAN

### Lampiran 3. Biodata Penulis

#### A. Data Diri

Nama : Nelwati  
Tempat & Tanggal Lahir : Pangaparan, 17 Juli 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Pangaparan  
No. Telepon : 0882021894102  
Email : [nelaw693@gmail.com](mailto:nelaw693@gmail.com)

#### B. Riwayat Pendidikan

- SDN 147 Pangaparan
- SMPN 2 Lembang
- SMA Frater Makassar
- Universitas Fajar Makassar, Jurusan Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial

## Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER

#### I. Identitas Responden

1. Nama responden :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :
4. Nama usaha :
5. Jenis usaha :
6. Lama usaha :
  - a. 1-5 Tahun
  - b. 6-10 Tahun
  - c. 11-15 Tahun
  - d. 16-20 Tahun
  - e. >21
7. Pendapatan / bulan :
  - a. <15 Jt
  - b. >45 Jt
  - c. 16-30 Jt
  - d. 31-45 Jt
8. Alamat :

Pilihlah salah satu jawaban yang Bapak / Ibu / Saudara / anggap paling sesuai, dengan memberi tanda centang (✓) untuk pernyataan-pernyataan di bawah ini:

Keterangan

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

## II. Pernyataan untuk variabel Bantuan pemerintah (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pemerintah daerah harusnya memberikan bantuan sosial kepada UMKM					
2.	Adanya keringanan dari pemerintah daerah dengan pembebasan pajak					
3.	Pemberian tempat usaha harus diberikan kepada UMKM					
4.	Memberikan dan mempermudah izin usaha kepada UMKM					

## III. Pernyataan untuk variabel Digital Marketing (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Membuat <i>content</i> yang menarik dalam memasarkan usaha					
2.	Membuat iklan platform sehingga usaha terkenal luas					
3.	Usaha lebih efektif dan efisien dalam pencarian website					
4.	Lebih dekat dengan pelanggan karena terjadi interaksi komunikasi secara tidak langsung					
5.	Memudahkan pelanggan dalam mencari usaha yang dimiliki					

#### IV. Pernyataan untuk variabel Kompetensi SDM (X3)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Memiliki pengetahuan dasar untuk menjalankan usaha agar lebih efektif dan efisien					
2.	Memahami apa yang harus dilakukan untuk menjalankan usaha					
3.	Mampu menjalankan usaha agar lebih baik, efektif dan efisien					
4.	Menjalankan usaha dengan nilai kejujuran, disiplin, komitmen, dan bertanggung jawab					
5.	Adanya minat untuk selalu memperbaharui usaha dan berinovasi					

#### V. Pernyataan untuk variabel Kredit Modal (X4)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kemampuan debitur dianalisa untuk mengukur kemampuan debitur dalam mengembalikan kredit					
2.	Modal debitur dianalisa untuk mengukur kemampuan debitur dalam menyediakan modal sendiri untuk mendukung pembiayaan usaha.					
3.	Jaminan debitur dianalisa untuk besarnya nilai jaminan yang digunakan sebagai alat pengaman dari debitur kepada kreditur.					

## VI. Pernyataan untuk variabel Pemulihan UMKM (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Terjadi pertumbuhan penjualan setelah pandemi covid-19					
2.	Pelanggan meningkat setelah pandemi covid-19					
3.	Keuntungan meningkat setelah pandemi covid-19					
4.	Perekonomian di kota makassar mengalami pertumbuhan setelah pandemi covid-19					

## Lampiran 5. Hasil Penelitian

### Uji Validitas

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Bantuan Pemerintah
X1.1	Pearson Correlation	1	,635**	,562**	,666**	,831**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,635**	1	,793**	,663**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,562**	,793**	1	,651**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,666**	,663**	,651**	1	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Bantuan Pemerintah	Pearson Correlation	,831**	,891**	,864**	,870**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Digital Marketing
X2.1	Pearson Correlation	1	,425**	,480**	,515**	,537**	,782**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,425**	1	,441**	,425**	,584**	,745**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000

	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,480**	,441**	1	,710**	,320**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,515**	,425**	,710**	1	,375**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,537**	,584**	,320**	,375**	1	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Digital Marketing	Pearson Correlation	,782**	,745**	,771**	,797**	,729**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Kompetensi SDM
X3.1	Pearson Correlation	1	,714**	,664**	,641**	,612**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,714**	1	,706**	,589**	,688**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,664**	,706**	1	,798**	,729**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,641**	,589**	,798**	1	,710**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,612**	,688**	,729**	,710**	1	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Kompetensi SDM	Pearson Correlation	,842**	,858**	,902**	,859**	,863**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	Kredit Modal
X4.1	Pearson Correlation	1	,366**	,375**	,724**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,366**	1	,581**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,375**	,581**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Kredit Modal	Pearson Correlation	,724**	,808**	,842**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Pemulihan UMKM
Y1	Pearson Correlation	1	,669**	,642**	,454**	,844**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,669**	1	,793**	,394**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,642**	,793**	1	,336**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,454**	,394**	,336**	1	,681**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100	100
Pemulihan UMKM	Pearson Correlation	,844**	,877**	,849**	,681**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Realibilitas

### Uji Realibilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,886	4

### Uji Realibilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,823	5

### Uji Realibilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,915	5

### Uji Realibilitas X4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,701	3

### Uji Realibilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,826	4

## Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,009	1,078		,937	,351
	Bantuan Pemerintah	,183	,084	,210	2,166	,033
	Digital Marketing	,211	,099	,245	2,125	,036
	Kompetensi SDM	,192	,066	,258	2,923	,004
	Kredit Modal	,349	,101	,258	3,458	,001
a. Dependent Variable: Pemulihan UMKM						

## Uji Statistik T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,009	1,078		,937	,351
	Bantuan Pemerintah	,183	,084	,210	2,166	,033
	Digital Marketing	,211	,099	,245	2,125	,036
	Kompetensi SDM	,192	,066	,258	2,923	,004
	Kredit Modal	,349	,101	,258	3,458	,001
a. Dependent Variable: Pemulihan UMKM						

## Uji Statistik F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235,498	4	58,875	60,308	,000 <sup>b</sup>
	Residual	92,742	95	,976		
	Total	328,240	99			
a. Dependent Variable: Pemulihan UMKM						
b. Predictors: (Constant), Kredit Modal, Bantuan Pemerintah, Kompetensi SDM, Digital Marketing						

## Uji Koefisien Determinasi R2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 <sup>a</sup>	,717	,706	,98804
a. Predictors: (Constant), Kredit Modal, Bantuan Pemerintah, Kompetensi SDM, Digital Marketing				

## Lampiran 6. Dokumentasi

### I. Pengisian Kuesioner



