

**DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PELAKU
USAHA (STUDI KASUS SEPANJANG JALAN RAYA
TELANG KECAMATAN KAMAL KABUPATEN
BANGKALAN)**

Abdul Karim, Selamat Joko Utomo
Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Trunojoyo Madura
Email: sjutomo@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak covid-19 pada pelaku usaha yang berada di sepanjang jalan raya Telang Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Sumberdata yang digunakan adalah sumber data primer (observasi dan wawancara) validitas data menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis domain. Hasil analisis menunjukkan bahwa dampak yang dirasakan oleh pelaku usaha akibat adanya pandemi covid-19 ialah pada tingkat pendapatan pelaku usaha yang menurun akibat berkurangnya jumlah pelanggan mereka. Hal ini mengakibatkan pelaku usaha harus mengurangi jumlah tenaga kerja atau jumlah gajinya. Strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk tetap bertahan selama pandemi ialah dengan tetap membuka usaha mereka setiap hari dan menambah jam oprasional serta memberikan pelayanan seramah mungkin kepada pelanggannya juga tetap menjaga kebersihan tempat usahanya.

Kata kunci: Covid-19, Dampak Pelaku Usaha

LATAR BELAKANG

Pertama kali terdeteksinya virus Covid-19 di kota wuhan pada tahun 2019 dan telah menyebar lebih dari 200 Negara. Wabah dengan akar penyebab masalah kesehatan masyarakat tersebut, dampaknya berkembang menjadi guncangan ekonomi yang luas, dan menimbulkan shock pada aggregate demand dan aggregate supply, serta rantai pasok global pada semua sektor ekonomi (Siregar, 2020). Akibat dari pandemi covid-19 memberikan dampak negatif salah satunya di bidang ekonomi. Ekonomi dunia diprediksi krisis yang mengancam keberlangsungan kehidupan masyarakat. Hampir semua sektor pekerjaan yang masuk dalam roda kapital merasakan dampak ini (Setiawan & Nurwati, 2020).

Munculnya covid-19 pertama kali di Indonesia serta penyebaran yang begitu cepat mengakibatkan Pemerintah memberlakukan sistem jaga jarak social yang disebut PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Menurut Nismawati pada tahun 2020, Pemerintah juga menganjurkan jaga jarak secara fisik dan mengurangi kegiatan berkerumun, untuk mengurangi penyebaran Covid-19 di Indonesia. Namun hal tersebut merugikan warga Indonesia khususnya dampak pada ekonomi yang menurun dan banyak tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan.

Beberapa kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah di Indonesia memberikan dampak pada beberapa sektor di Indonesia, salah satunya yaitu pada sektor ekonomi, pada sektor perdagangan, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Secara umum, Covid-19 juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, di mana yang semula sebesar 5,3%, oleh sebagian kalangan memprediksi pertumbuhan ekonomi di Indonesia kini mencapai 2% (Hadiwardoyo, 2020), Piter Abdullah Redjalum selaku Direktur Riset CORE atau Center of Reform on Economics menyatakan bahwa dengan kondisi resesi yang menjadi kebiasaan baru seluruh negara yang terdampak Covid-19 bahwa yang menjadi pembeda yakni terletak pada kedalaman dan kecepatan negara tersebut recovery. Dengan keberadaan UMKM yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia bisa menjadi salah satu pendorong dalam pemulihan ekonomi di Indonesia.

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) UMKM yang berada di seluruh Indonesia berjumlah hingga 64 juta dan menjadi 99,9 persen usaha yang bergerak menopang perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif. Disamping itu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) suatu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0.

Dalam pelansiran Kemenkop UKM (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah) bahwa terdapat 8 juta UMKM di Indonesia telah menggunakan media online dalam pemasaran produk. UMKM yang bergerak dalam media online terhitung 13 persen dari total usaha yang beroperasi di Indonesia. Melihat jumlah UMKM di Indonesia yang sangat banyak, pemerintah turut andil dalam menyusun berbagai skema program pemulihan ekonomi nasional (program PEN) dalam upaya membangkitkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia.

Adapun upaya yang telah dijalankan oleh pemerintah dalam menggerakkan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan, salah satunya adalah dengan memberikan dukungan kepada masyarakat dalam mengelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kehadiran UMKM memiliki faktor penting dalam kehidupan masyarakat dalam melaksanakan pendistribusian di masyarakat. Lebih lagi bahwa UMKM sebagai mendapatkan poin penting dalam pembangunan ekonomi Nasional. Jika dilihat pada aspek-aspek ketenagakerjaan bahwa UMKM mampu menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi tingkat pengangguran dan turut serta membantu pemerintah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas.

Tabel 1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Bangkalan

Tahun	Jumlah UMKM
2016	121.951
2017	121.951
2018	166.768
2019	166.768
2020	166.768

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bangkalan 2021

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Bangkalan cenderung tidak mengalami peningkatan jumlah pada tiga tahun terakhir, peningkatan jumlah UMKM terjadi dari tahun 2017 ke tahun 2018 dan tidak ada peningkatan kembali hingga tahun terakhir.

Di sepanjang jalan raya Telang kecamatan Kamal kabupaten Bangkalan banyak sekali berdiri berbagai macam usaha mikro kecil dan menengah sejak pertama kali di resmikannya Universitas Trunojo Madura sebagai Universitas negeri pada tahun 2001 sejak saat itu Universitas Trunojo menjadi tujuan pelajar dari berbagai daerah di Indonesia hal inilah yang membuat banyak sekali warga sekitar yang melihat peluang dan mendirikan berbagai usaha mulai dari percetakan, toko kelontong, laundry atau pencucian pakaian, penjual sayuran, tambal ban hingga penjual berbagai macam jajanan makanan dan minuman.

Berdasarkan data primer didapati bahwa jumlah pelaku usaha yang berada di sepanjang jalan raya Telang kecamatan Kamal kabupaten Bangkalan sebanyak delapan puluh sembilan unit usaha dan usaha paling banyak yaitu warung kopi sebanyak dua puluh usaha hal ini disebabkan para mahasiswa yang seringkali menjadikan warung kopi sebagai tempat diskusi atau sekedar tempat nongkrong bersama.

Kemudian di karenakan kondisi pandemi seperti saat ini sesuai dengan adanya SKB empat menteri tentang pembelajaran di saat pandemi tahun 2020 yang mengharuskan perkuliahan online atau dalam jaringan membuat Universitas Trunojo Madura melaksanakan perkuliahan secara dalam jaringan atau daring hal ini membuat banyak sekali mahasiswa yang memutuskan untuk kembali ke daerahnya masing masing. Hal tersebut menyebabkan pelaku usaha yang ada di jalan raya Telang mengalami penurunan pendapatan. Sebagian besar target ataupun sasaran dari pelaku usaha yang ada di jalan raya telang yaitu mahasiswa, sehingga ketika terjadi kuliah daring maka pelaku usaha harus mencari jalan lain agar usahanya tetap berjalan untuk memenuhi kebutuhan setiap harinya.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Pendapatan

Samuelson, (2002) dalam Muttaqin (2014:3) mengatakan pendapatan adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga dan pikiran yang dicurahkan sehingga akan memperoleh balas jasa. Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Disposable income adalah pendapatan yang diterima oleh seseorang yang sudah siap untuk dibelanjakan atau konsumsi penerimanya.

Faktor Produksi

Faktor produksi adalah benda-benda yang disediakan oleh alam atau diciptakan manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor produksi dalam perekonomian akan menentukan sampai mana suatu negara dapat menghasilkan barang dan jasa.

Perilaku Konsumen

Perilaku permintaan konsumen terhadap barang dan jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya: pendapatan, selera konsumen, dan harga barang, disaat kondisi yang lain tidak berubah (*ceteris paribus*). Perilaku konsumen ini didasarkan pada Teori Perilaku Konsumen yang menjelaskan bagaimana seseorang dengan pendapatan yang diperolehnya, dapat membeli berbagai barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan tertentu sesuai dengan apa yang diharapkannya.

Menurut Kotler dan Keller (2008) Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2008) perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.

Perilaku Produsen

Perilaku produsen adalah teori yang menjelaskan tentang bagaimana tingkah laku produsen dalam menghasilkan produk yang selalu berupaya untuk mencapai efisiensi dalam kegiatan produksinya. Produsen berusaha untuk menghasilkan produksi seoptimal mungkin dengan mengatur penggunaan faktor produksi yang paling efisien. Sedangkan perilaku produsen adalah kegiatan pengaturan produksi sehingga produk yang dihasilkan bermutu tinggi sehingga bisa diterima masyarakat dan menghasilkan laba.

Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, & Menengah (UMKM) adalah aktivitas bisnis yg sanggup memperluas dan meningkatkan lapangan kerja bagi masyarakat, menaruh pelayanan dan peningkatan ekonomi secara luas atau tinggi pada masyarakat, berperan pada proses pemerataan & peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Usaha Mikro merupakan bisnis produktif milik orang perorangan atau badan bisnis perorangan yg memenuhi kriteria bisnis mikro sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Kriteria bisnis mikro merupakan sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Kementerian Koperasi dan UKM mengelompokkan usaha mikro kecil dan menengah menjadi 3 (tiga) kelompok berdasarkan total asset, total penjualan tahunan, dan status usaha dengan kriteria sebagai berikut.

- A. Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan bisnis tersebut paling banyak Rp. 100 juta.
- B. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memenuhi kriteria antara lain:
1. Usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 2. Usaha yang memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 milyar.
 3. Usaha yang berdiri sendiri, bukan perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau skala besar.
 4. Berbentuk usaha yang dimiliki orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Rahman, a (2008):

1. Livelhood Activities, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi, di mana akan melakukan eksplorasi terhadap pelaku usaha atau UMKM yang berada di sepanjang jalan raya Telang Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan. Penelitian eksplorasi diartikan oleh (Moleong, 2002) dengan adanya pandemi Covid-19 hal ini merupakan Fenomena yang akan berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha atau UMKM yang berada di sepanjang jalan raya Telang kecamatan Kamal kabupaten Bangkalan. Penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan faktor-faktor yang menentukan jumlah pendapatan dan mendalami perilaku konsumen faktor produksi tenaga kerja dan modal pada pelaku usaha di sepanjang jalan raya Telang Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Penelitian dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Selanjutnya penelitian dimaksudkan menggambarkan faktor-faktor yang menentukan jumlah pendapatan, tetapi mencoba lebih mendalami perilaku konsumen faktor produksi tenaga kerja dan modal pada pelaku usaha di sepanjang jalan raya Telang Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan. Maka di perlukan metode kualitatif deskriptif.

PEMBAHASAN

Dampak Pandemi Terhadap Pelaku Usaha

Pandemi covid-19 telah memberikan dampak yang sangat besar bagi para pelaku usaha, sebagian besar pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan sejak pertama kali pandemi berlangsung mulai maret 2020 hingga sekarang, hal ini berdasarkan aspek-aspek berikut:

Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui inilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Dalam arti ekonomi, pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit. Setelah terjadinya pandemi covid-19 pendapatan para pelaku usaha di sepanjang jalan raya Telang kecamatan kamal kabupaten bangkalan mengalami penurunan drastis jika dibandingkan dengan pendapatan mereka sebelum pandemi. Hal ini disebabkan oleh berkurangnya jumlah pelanggan mereka yang di dominasi oleh mahasiswa selama pandemi memilih untuk pulang ke daerahnya masing-masing dikarenakan aktivitas akademik diadakan secara dalam jaringan (daring).

Penurunan pendapatan para pelaku usaha selama pandemi sesuai dengan teori daya beli masyarakat dimana kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Dan juga sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya seperti pendapatan, Pendapatan merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan, biasanya berupa upah atau gaji. Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi, dan sebaliknya.(Putong,2013) dikarenakan kondisi pandemi maka sebagian besar pelanggan para pelaku usaha juga mengalami penurunan pendapatan, hal inilah yang mengakibatkan mereka lebih berhati hati dalam membelanjakan pendapatan mereka yang berimbas pada penurunan pendapatan para pelaku usaha.

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Kurniawansyah dkk (2020) yang mengatakan eksternalitas ekonomi dari Covid-19 yang paling nyata terlihat saat ini adalah fenomena banyaknya karyawan yang dirumahkan, Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan berbagai perusahaan yang mulai bangkrut.

Situasi tersebut secara otomatis berdampak pada aspek- aspek lain, terutama kepada pekerja harian lepas, pelaku UMKM, usaha rumah makan, dan usaha-usaha masyarakat yang bergantung pada keramaian massa. Situasi ini secara otomatis pula mempengaruhi daya beli masyarakat yang menurun secara signifikan, dimana perputaran uang di tengah masyarakat menjadi sangat minim, pada saat yang sama produksi barang pun sangat terbatas, sehingga terjadi defisit perdagangan dalam siklus perekonomian.

Tenaga Kerja

Menurut Sumarsono (2003) tenaga kerja adalah semua orang yang bersedia untuk sanggup bekerja. Pengertian tenaga kerja ini meliputi mereka yang bekerja untuk diri sendiri ataupun anggota keluarga yang tidak menerima bayaran berupa upah atau mereka yang sesungguhnya bersedia dan mampu bekerja, dalam arti mereka menganggur dengan terpaksa karena tidak ada kesempatan kerja. Setelah adanya pandemi covid-19 para pelaku usaha di sepanjang jalan raya Telang memilih untuk mengurangi jumlah karyawannya dikarenakan pendapatannya yang menurun. Pernyataan para pelaku usaha diatas sesuai dengan teori tenaga kerja dimana Semakin banyak tenaga kerja maka semakin banyak pula output yang dihasilkan, maka jumlah pendapatan pun akan meningkat (Mankiw ,2013). Seperti yang terjadi pada pelaku usaha dikarenakan permintaan atau jumlah pelanggan yang semakin sedikit maka pelaku usaha mengurangi jumlah tenaga kerja mereka hal ini dilakukan untuk menekan biaya produksi.

Perilaku Produsen

Seorang produsen harus mempunyai kemampuan untuk menggunakan sumber daya yang ada se efisien mungkin untuk menghasilkan atau menyediakan produk yang bernilai bagi konsumennya. Pandemi covid-19 membuat para pelaku usaha mengurangi jumlah belanja kebutuhan usahanya di karenakan pendapatan mereka yang menurun selama pandemi agar bisa tetap memnuhi kebutuhan sehari hari mereka. Alasan para pelaku usaha mengurangi jumlah belanjanya ialah karna berkurangnya jumlah pelanggan mereka selama kondisi pandemi yang menyebabkan pendapatan mereka juga menurun karena jumlah pelanggan mereka yang juga berkurang.

Berdasarkan hasil wawancara didapati bahwa jumlah pelanggan pelaku usaha mengalami penurunan hingga lebih dari separuh jumlah pelanggan sebelum pandemi. Berdasarkan pernyataan para pelaku usaha sesuai dengan teori perilaku produsen yang menjelaskan tentang bagaimana tingkah laku produsen dalam menghasilkan produk yang selalu berupaya untuk mencapai efisiensi dalam kegiatan produksinya. Produsen berusaha untuk menghasilkan produksi seoptimal mungkin dengan mengatur penggunaan faktor produksi yang paling efisien. Dikarenakan jumlah pendapatan pelaku usaha yang menurun maka pelaku usaha juga mengurangi jumlah biaya belanja guna menekan biaya produksi agar lebih efisien dan tetap bisa memenuhi kebutuhan mereka yang lain.hal ini juga sesuai dengan teori perilaku produsen menurut (siddiqi1992) bahwa kegiatan produksi sebagai penyediaan barang dan jasa dengan memerhatikan nilai keadilan dan kebajikan/kemanfaatan (mashlahah) bagi masyarakat. Dalam pandangannya, sepanjang produsen telah bertindak adil dan membawa kebajikan bagi masyarakat maka ia telah bertindak Islami.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak pandemi terhadap pelaku usaha di sepanjang jalan raya Telang kecamatan kamal kabupaten bangkalan.

Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pendapatan para pelaku usaha di sepanjang jalan raya Telang Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan setelah adanya pandemi mengalami penurunan secara drastis jika dibandingkan dengan pendapatan mereka sebelum pandemi hal ini terjadi karena jumlah pelanggan mereka yang didominasi mahasiswa tidak lagi menetap di daerah Telang sehingga menyebabkan pemasukan mereka juga berkurang.
2. Setelah adanya pandemi para pelaku usaha memilih untuk mengurangi jumlah karyawan mereka hal ini terpaksa mereka lakukan mengingat berkurangnya jumlah pelanggan mereka dan juga menurunnya pendapatan mereka untuk efisiensi pengeluaran agar tetap bisa memenuhi kebutuhan mereka dan agar bisa bertahan sebelum pandemi, selain mengurangi jumlah tenaga kerja para pelaku usaha juga memilih opsi untuk mengurangi jumlah gaji karyawannya selama pandemi.
3. Setelah adanya pandemi covid-19 yang membuat pendapatan para pelaku usaha menurun mereka memilih untuk mengurangi jumlah belanja kebutuhan usahanya menjadi kurang dari separuh jumlah belanja sebelum pandemi hal ini mereka lakukan untuk menyesuaikan dan mengalokasikan pemasukan mereka se efisien mungkin untuk bisa tetap bertahan melewati masa pandemi. Selain itu para pelaku usaha memiliki beragam strategi untuk tetap bertahan melewati pandemi diantaranya dengan tetap membuka usahanya setiap hari dan menjaga kebersihan tempat usahanya selain itu ada yang menambah jam oprasional usahanya agar bisa mendapatkan tambahan pendapatan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil maka dapat direkomendasikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan langkah selanjutnya dalam mengembangkan para pelaku usaha di sepanjang jalan raya Telang Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan yaitu:

1. para pelaku usaha diharapkan bisa lebih kreatif dalam menjalankan usahanya dengan lebih memaksimalkan teknologi yang ada diantaranya dengan penjualan online, layanan pesan antar dan promosi lewat platform sosial media tentunya diimbangi dengan meningkatkan kualitas produk yang mereka hasilkan.
2. Pemerintah diharapkan bisa lebih selektif untuk memberikan bantuan kepada para pelaku usaha dan agar bisa tepat sasaran agar para pelaku usaha bisa memanfaatkannya dengan semaksimal mungkin
3. Bagi peneliti selanjutnya Peneliti selanjutnya diharapkan memperkaya teori dalam porses pengkajian hasil penelitian dilapangan dengan tema sejenis dan memperbanyak refferensi atau sumber yang terkait dengan pengembangan pelaku usaha atau umkm.

REFERENSI

- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Gartner, William C. (1996). *Tourism Development (Principles, Processes, and Policies)*.
- French, Christine N, Craig-Smith, Stephen J., Collier, A. (1995). *Principles of Tourism*.
- Edward Inskeep. (2009). *Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach*.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. (2006). *Konsep Pengembangan Desa Wisata*.
- Craig-Smith, Stephen dan French, Christine. (1994). *Learning to Live with Tourism*.
- Clare A. (2002). *Tourism Planning (Basic, Concepts, Cases)*.