

## Analisis Pengembangan Dan Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Pasar Senggol Kota Atambua

*Analysis of the Development and Impact of the Covid-19 Pandemic on the Income of Micro, Small and Medium Enterprises in Senggol Market, Atambua City*

Maria Fatima Siri<sup>1</sup> Sirilius Seran<sup>2</sup> Frederich W. Nalle<sup>3</sup>

sirifatima7@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Timor<sup>123</sup>

### Abstract

*The objectives to be achieved in this study are to find out the difference in the income of MSME actors at the Senggol Market in Atambua City before and while the Covid-19 was present and to find out the development strategies carried out by MSME actors at the Senggol Market in Atambua City during the New Normal Period. The population in this study amounted to 21 MSME actors. The sampling technique in this study was saturated sampling, so the entire population of 21 MSME actors was used as the research sample. The analytical technique used in this research is the Differential Test and SWOT Analysis. The results of the paired sample t- test show that the significance value (2-tailed) is  $0.000 < 0.05$ , so  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. with the acceptance of  $H_a$ , it means that there is a difference in the average income received by MSME actors at Senggol Market, Atambua City before and during the Covid-19 pandemic. The results of the SWOT analysis show that internal factors and external factors can have a positive impact on MSME actors in Senggol Market, Atambua City to develop during the New Normal period because the difference value for the IFAS table is (+) 0.195 and the difference value for the EFAS table is (+) 0.038. The right strategy for MSME actors in Senggol Market, Atambua City according to the position obtained from the Cartesian SWOT diagram is a progressive strategy.*

*Keywords: Income, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

### Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan pendapatan Pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua sebelum dan sementara adanya Covid-19 dan Untuk mengetahui strategi pengembangan yang dilakukan pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua pada Masa New Normal. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 21 pelaku UMKM. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling jenuh, jadi seluruh populasi sebesar 21 pelaku UMKM dijadikan sebagai sampel penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Beda dan Analisis SWOT. Hasil uji paired sample t-test menunjukkan bahwa nilai signifikansi (2-tailed) sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. dengan diterimanya  $H_a$  artinya terdapat perbedaan rata-rata pendapatan yang diterima oleh para pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua sebelum dan sementara pandemi Covid-19. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal dapat memberikan dampak yang positif terhadap para pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua untuk melakukan pengembangan pada masa New Normal karena nilai selisih untuk tabel IFAS sebesar (+) 0.195 dan nilai selisish untuk tabel EFAS sebesar (+) 0.038. Strategi yang tepat bagi para pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua sesuai dengan posisi yang di peroleh dari diagram Cartesius SWOT adalah strategi progresif.

Kata Kunci :Pendapatan, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

## Pendahuluan

Saat ini dunia sedang dilanda oleh Kejadian Luar Biasa (KLB) berupa pandemi Covid-19. Nama Covid-19 ini diberikan oleh WHO (*World Health Organization*) sebagai nama resmi untuk penyakit ini. Menurut situs WHO virus ini dapat menyebabkan penyakit mulai dari flu ringan hingga infeksi pernapasan yang lebih parah seperti MERS-CoV dan SARS-Cov. Covid sendiri merupakan salah satu virus corona (CoV), yaitu keluarga besar virus yang dapat menginfeksi burung dan mamalia, termasuk manusia.

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman mengemukakan bahwa tingkat kecepatan dan cakupan penyebaran virus covid-19 ini melebihi kejadian kasus lainnya. Indonesia sebagai negara berkembang juga turut merasakan dampak dari pandemi Covid-19 ini. Pandemi Covid-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada 2 Maret 2020, ketika 2 orang terkonfirmasi tertular virus ini dari seorang warga Negara Jepang. Pada 9 April, pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi, yakni Jawa Timur, DKI Jakarta dan Sulawesi Selatan sebagai provinsi paling terpapar (<https://id.m.wikipedia.org>). Pandemi Covid-19 bukan hanya berdampak pada aspek kesehatan dan aspek politik akan tetapi juga berdampak pada perubahan tatanan kehidupan sosial serta menurunnya kinerja ekonomi seperti berkurangnya produksi dan Penmutusan Hak Kerja (PHK). Menurut Ketua Umum Kamar Dagang dan Industri Indonesia DKI Jakarta Diana Dewi menyatakan bahwa pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi kelompok yang terpuak paling keras akibat pandemi Covid-19. Sejak Covid-19 masuk RI pada bulan maret lalu hingga awal Agustus, tercatat omzet UMKM anjlok sebesar 75 persen. Melansir data Kementerian Koperasi dan UKM, sebanyak 37 ribu pelaku UMKM mengaku mengalami dampak yang sangat serius, selain itu sekitar 56 persen melaporkan penurunan penjualan dan 22 persen melaporkan permasalahan aspek pembiayaan. Lanjutnya 15 persen melaporkan mengalami masalah distribusi barang dan 4 persen teridentifikasi kesulitan mendapatkan bahan baku mentah (<https://www.cnnindonesia.com>). Pemerintah Republik Indonesia terus berusaha untuk menanggulangi kesulitan yang dialami UMKM di Indonesia dari dampak pandemi Covid-19 dengan memberikan bantuan kepada para pelaku usaha sebesar 2,4 juta sehingga perekonomian di Indonesia bisa kembali stabil karena UMKM merupakan salah satu pemberi kontribusi terbesar perekonomian Indonesia.

Provinsi Nusa Tenggara Timur sebagai salah satu Provinsi yang ada di Indonesia juga ikut merasakan dampak dari Pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik dalam penelitiannya pada tahun 2020 yang berjudul "Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha" membuktikan bahwa di Provinsi Nusa Tenggara Timur tercatat sekitar 81 dari setiap 100 usaha di sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan, dan perikanan masih beroperasi seperti biasa. Adapun perusahaan yang melakukan pengurangan jumlah pegawai yang relatif lebih banyak dilakukan oleh usaha mikro besar yakni sebesar 27,27% dan usaha mikro kecil sebesar 21,29%. Dalam hal ini presentase perusahaan menurut penurunan pendapatan secara umum 7 dari setiap 10 perusahaan cenderung mengalami penurunan pendapatan. Pada kasus ini yang paling besar mengalami penurunan pendapatan adalah Usaha Mikro Kecil dengan presentase sebesar 73,73%. Sektor usaha yang sangat mengalami tingkat penurunan pendapatan terbesar adalah sektor Akomodasi dan makanan minuman yakni sebesar 90,00% dan sebesar 66,42% Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengalami penurunan permintaan karena pelanggan/klien juga terdampak oleh Covid-19. Penurunan permintaan dari konsumen akibat Covid-19 didominasi oleh perusahaan pada sektor penyediaan Akomodasi dan makanan minuman dengan presentase 88,67%.

Kabupaten Belu sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Timur juga ikut

merasakan dampak dari pandemi Covid-19 salah satunya adalah sektor UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua. Pasar senggol merupakan pasar yang ada di pusat Kota Atambua. Pasar merupakan tempat dimana terjadinya transaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Pasar senggol adalah pasar sekali habis artinya barang-barang yang diperdagangkan disini harus habis sekali jual (<https://cagarbudayajatim.com>). Artinya barang yang dijual merupakan barang yang sudah siap untuk dikonsumsi sehingga tidak mampu bertahan lama oleh karena itu keramaian dan daya beli masyarakat tentunya menjadi faktor penting untuk memperlancar transaksi jual beli di pasar ini. Namun dengan adanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 membuat transaksi jual beli di pasar ini mulai terhambat sehingga mengakibatkan berkurangnya pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM dan perputaran modal menjadi lambat. Berdasarkan survei lapangan, terdapat 21 pelaku UMKM yang ada di Pasar Senggol Kota Atambua yang juga merasakan dampak dari pandemi Covid-19 namun masih memilih untuk menjual barang dagangannya agar tetap bisa memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dampak Covid-19 juga mengakibatkan pelaku UMKM memilih untuk memberhentikan karyawannya, seperti ibu Dwi yang memilih untuk memberhentikan dua karyawannya karena pendapatannya yang di peroleh semakin menurun dan terdapat 3 usaha yang tutup karena sepi pelanggannya serta tidak mampu bertahan pada kondisi pandemi Covid-19.

Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 UMKM adalah usaha milik orang perorangan dan badan usaha yang bukan merupakan anak cabang dari perusahaan lain dengan kriteria modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu. Menurut Wilian J. Stanton (1994) pasar adalah tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin meraih kepuasan dengan menggunakan uang untuk berbelanja serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Secara umum pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang. Menurut Pitma (2015) Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seorang atau rumah tangga dari hasil usaha atau bekerja. Dalam penelitian ini pendapatan diartikan sebagai jumlah uang yang di terima oleh para pelaku UMKM yang diukur dari pendapatan bersih yang diterima perbulan. Menurut Dafid Freed. R (2009) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis baik itu faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman untuk merumuskan strategi bagi suatu perusahaan.

## **Metode**

### **Sumber Data**

Menurut sumbernya data terdiri dari :

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari para pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua melalui wawancara langsung dan pengisian kuisioner sebagai sumber informasi yang dicari dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti seperti instansi dan literatur-literatur.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari : (1) Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data secara cermat dan sistematis dengan melihat langsung aktivitas pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua, (2) Teknik wawancara merupakan proses pengumpulan data secara langsung dengan melakukan tanya jawab

dengan pelaku UMKM menggunakan pertanyaan yang mengarah pada kedalaman informasi dan (3) Kuisisioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis dan diberikan kepada pelaku UMKM untuk diisi lalu dijadikan sebagai instrumen pengukuran variabel penelitian.

### **Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain secara sistematis sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain, Sugiyono (2008). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah Uji Beda. Alat analisis yang digunakan adalah Teknik Uji t dan analisis SWOT.

### **Analisis SWOT**

Menurut Rangkuti (2013) analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi berbagai faktor secara sistmatis untuk merumuskan strategi dari sebuah penelitian dimana analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities), lalu secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

## **Pembahasan**

### **Analisis Faktor Internal dan Eksternal**

#### **1. Analisis Lingkungan Faktor Internal (IFAS)**

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh para pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang diperoleh pada saat penelitian yaitu : modal usaha yang dikeluarkan tidak begitu besar, harga barang-barang yang di produksi terjangkau oleh konsumen, barang-barang yang diproduksi merupakan hasil olahan sendiri, pelayanan kepada konsumen yang maksimal, dan pelaku usaha memiliki keterampilan pengolahan untuk barang-barang yang diproduksi dan memiliki semangat kerja yang tinggi.

Faktor-faktor kelemahan yang berhasil diidentifikasi adalah : harga bahan baku yang tidak stabil, bahan baku mudah rusak, produk yang dihasilkan mudah rusak karena merupakan produk siap saji, produk yang di hasilkan belum bervariasi, dan belum menggunakan media online untuk promosi. Hasil perhitungan bobot dan reting untuk analisis dari faktor internal yang dimiliki oleh para pelaku Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dapat dilihat pada tabel matriks IFAS di bawah ini.

**Tabel 1**  
**Matriks**  
**IFAS**

No	Kekuatan	Bobot	Reting	Score
1	Modal usaha yang dikeluarkan tidak begitu besar	0,102	3,29	0,335
2	Harga barang-barang yang dihasilkan terjangkau oleh konsumen	0,11	3,43	0,377
3	Barang-barang yang diproduksi merupakan hasil olahan sendiri	0,103	3,33	0,343
4	Pelayanan kepada konsumen yang maksimal	0,104	3,38	0,351
5	Pelaku usaha memiliki keterampilan pengolahan untuk barang-barang yang di produksi	0,097	3,14	0,304
<b>Total Kekuatan</b>		<b>0,516</b>		<b>1,71</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Harga bahan baku yang tidak stabil	0,097	3,14	0,304
2	Bahan baku mudah rusak	0,100	3,24	0,324
3	Produk yang dihasilkan mudah rusak karena merupak produk siap saji	0,097	3,14	0,304
4	Produk yang dihasilkan belum bervariasi	0,093	3	0,279
5		0,097	3,14	0,304
<b>Total Kekuatan</b>		<b>0,484</b>		<b>1,515</b>
<b>Total Bobot IFES</b>		<b>1</b>		
<b>Total IFES (selisih Kelemahan total Kekuatan)</b>				<b>0,195</b>

Sumber : Analisis Data Primer 2021

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa hasil analisis faktor Internal memiliki nilai total IFAS sebesar 0,195. Berdasarkan kekuatan yang dimiliki oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasar Senggol Kota Atambua total kekuatannya sebesar 1,71. Sedangkan total nilai kelemahan sebesar 1,515. Hasil analisis tersebut mengidentifikasi bahwa faktor kekuatan terpenting yang dimiliki oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasar Senggol Kota Atambua adalah harga barang-barang yang dihasilkan terjangkau oleh konsumen dengan score 0,377. Sedangkan identifikasi faktor kelemahan terbesar yang dimiliki oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Pasar Senggol Kota Atambua adalah bahan baku mudah rusak dengan score sebesar 0,324.

## 2. Analisis Lingkungan Faktor Eksternal (EFAS)

Lingkungan faktor eksternal yang berhasil diidentifikasi pada penelitian ini berdasarkan faktor peluang yang ada meliputi : memiliki tempat strategis karena berada pada pusat kota, gaya hidup masyarakat yang menjadikan maskan sebagai kebutuhan pokok, gaya hidup dan sarana rekreasi, kesibukan masyarakat sehingga tidak sempat memasak sendiri, fasilitas yang disediakan oleh Pemda cukup memadai dan adanya kemajuan teknologi.

Faktor eksternal untuk faktor ancaman meliputi : adanya kebijakan lockdown banyaknya pesaing dengan menjual produk yang sama, persaingan harga ketat, banyaknya pesaing baru dengan menjual barang yang sama, dan adanya perubahan gaya hidup konsumen yang dipengaruhi oleh teknologi. Hasil perhitungan bobot dan reteng untuk analisis dari faktor eksternal yang ada, dapat dilihat pada tabel matriks EFAS di bawah ini.

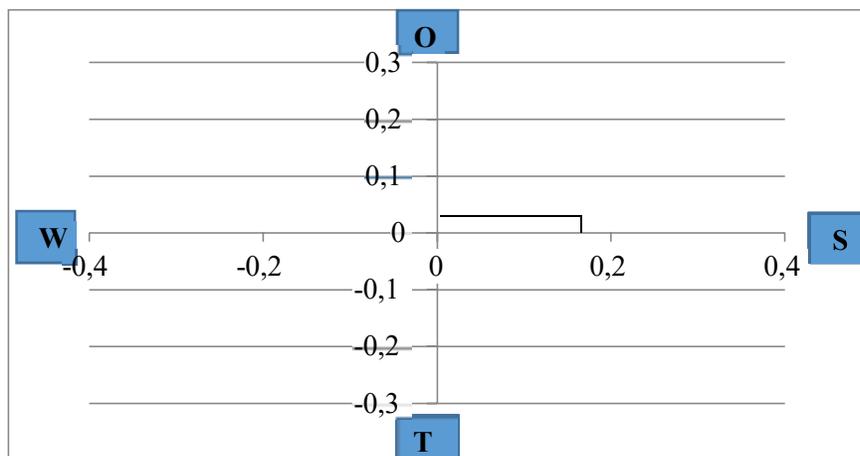
**Tabel 2 Matriks EFAS**

No	Peluang	Bobot	Reteng	Score
1	Memiliki tempat strategis karena berada pada pusat kota	0,102	3,14	0,320
2	Gaya hidup masyarakat yang menjadikan masakan sebagai kebutuhan pokok, gaya hidup dan sarana rekreasi	0,104	3,23	0,335
3	Kesibukan masyarakat sehingga tidak sempat memasak sendiri	0,102	3,14	0,320
4	Fasilitas yang disediakan pemda cukup memadai dan adanya keringanan biaya retribusi	0,093	2,91	0,271
5	Adanya kemajuan teknologi	0,102	3,14	0,320
<b>Total Peluang</b>		<b>0,503</b>		<b>1,566</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Adanya kebijakan lockdown	0,102	3,14	0,320
2	Banyaknya pesaing dengan menjual produk yang sama	0,096	3	0,288
3	Persaingan harga ketat	0,102	3,14	0,320
4	Banyaknya pesaing baru dengan menjual barang yang sama	0,095	2,95	0,280
5	Adanya perubahan gaya hidup konsumen yang dipengaruhi oleh teknologi	0,102	3,14	0,320
<b>Total Ancaman</b>		<b>0,497</b>		<b>1,528</b>
<b>Total Bobot EFAS</b>		<b>1</b>		
<b>Total EFES (selisih Peluang - total Ancaman)</b>				<b>0,038</b>

Sumber : Analisis Data Primer 2021

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil analisis faktor eksternal untuk variabel peluang sebesar 1,566 dan untuk variabel ancaman sebesar 1,528, sedangkan nilai total EFAS yang diperoleh adalah sebesar 0,0398.

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS, maka langkah selanjutnya adalah menginterpretasikan hasil perhitungannya kedalam bentuk diagram *Cartesius* Analisis SWOT untuk dapat mengetahui posisi para pelaku UMKM di Pasar Senggol Kota Atambua.



Sumber: Olahan Data Primer, 2021.

**Gambar 1**  
**Matriks Kuadran SWOT**

Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui bahwa para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Pasar Senggol Kota Atambua berada pada posisi antara sumbu Kekuatan (+) 0,195 dan Peluang(+) 0,038 yakni kuadran 1. Posisi ini menandakan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pasar Senggol Kota Atambua berada pada posisi yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi Progresif.

### **Matriks Analisis SWOT**

Berdasarkan hasil matriks SWOT diperoleh alternatif yang akan digunakan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pasar Senggol Kota Atambua agar bisa berkembang pada masa New Normal. Berikut adalah alternatif strategi yang akan digunakan untuk melakukan pengembangan pada masa New Normal :

#### **1. Strategi S-O**

Strategi S-O atau yang disebut juga dengan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal untuk memperoleh profit bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pasar Senggol Kota Atambua . Alternatif strategi S-O yang diperoleh bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pasar Senggol Kota Atambua untuk melakukan pengembangan pada masa New Normal adalah sebagai berikut :

- a. Memaksimalkan lokasi yang strategis dengan terus melakukan inovasi produk sesuai dengan permintaan pasar dan perkembangan zaman
- b. Membuat standar kualitas barang dengan tetap memperhatikan harga yang dapat bersaing
- c. Mempertahankan kualitas produk dan menjaga cita rasa yang menjadi ciri khas dari usahanya
- d. Membuat standar pelayanan dan menciptakan suasana tempat yang nyaman bagi para pelanggan serta menjaga kebersihan tempat usaha (menyesuaikan dengan protokol kesehatan)
- e. Memanfaatkan teknologi yang ada untuk menghasilkan barang-barang yang lebih bervariasi dengan kualitas yang lebih baik sesuai dengan perkembangan zaman dan gaya hidup masyarakat

## 2. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang di miliki oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pasar Senggol Kota Atambua .untuk mengatasi ancaman yang ada. Alternatif yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- a. Mempertahankan kualitas barang dan pelayanan
- b. Mempertahankan ciri khas yang dimiliki
- c. Meningkatkan strategi pemasaran dengan menggunakan media online untuk promosi.

## 3. Strategi W-O

Strategi W-O ini merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi W-O yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

- a. Menjalinkan hubungan baik dengan pemasok sehingga dapat memperoleh bahan baku dengan kualitas standar dan harga yang bersahabat
- b. Memanfaatkan teknologi untuk menciptakan produk yang bervariasi sesuai dengan permintaan pasar jaman sekarang
- c. Menjaga kebersihan dan meningkatkan kelengkapan fasilitas yang disediakan
- d. Melakukan promosi menggunakan media online.

## 4. Strategi W-T

Strategi W-T merupakan strategi yang didasarkan pada kegiatan usaha meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada. Alternatif strategi yang diperoleh adalah :

- a. Tetap menjaga hubungan baik dengan pemasok bahan baku
- b. Menjaga kebersihan produk dan tempat usaha serta tetap memperhatikan protokol kesehatan pada masa pandemi
- c. Menjaga kualitas produk dan tetap memperhatikan harga yang bersaing
- d. Memanfaatkan media online untuk promosi dan melakukan inovasi produk.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : Hasil uji paired sample t-test untuk variabel pendapatan sebelum dan sementara pandemi Covid-19 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05, sehingga  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima dengan menerima  $H_a$  membuktikan bahwa ada perbedaan pendapatan yang diperolehj oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pasar Senggol Kota Atambua. Hasil analisis SWOT untuk total Matriks IFAS sebesar 0,195 dan total matriks EFAS sebesar 0,038. Hasil analisis mengenai posisi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah berdasarkan diagram cartesius menunjukkan bahwa berada pada fase pertumbuhan yang tinggi. Alternatif strategi yang diberikan adalah strategi progresif.

## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur. 2020. “*Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha*”. BPSNTT. ISBN: 978-602-6786-53-1
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Belu. 2020. Kabupaten Belu Dalam Angka 2020. ISSN:

0215- 6962

David Fred R. 2009. Manajemen Strategi Konsep Edisi 12. Salemba Empat, Jakarta.

Djafar, Fahmi. 2018. Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Cv. Idola Indonesia. Other Thesis, Universitas Komputer Indonesia

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Tentang Metode-metode Baru. Jakarta: UIP.

Pitma Pertiwi. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja di Daerah Istimewah Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Rangkuti Freddy, 2000. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000

Rangkuti Freddy, 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT Gramedia, Jakarta Stanton, William J. 1994, Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi ketujuh. Terjemahan Yohanes Lamarto. Erlangga, Jakarta

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. ALFABETA, Bandung Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah

**Sumber Lain :**

<https://www.cnnindonesia.com>. Dampak Covid terhadap omzet UMKM. Diakses tanggal 18 juni 2021

<https://cagarbudayajatim.com>. Pengertian pasar Senggo. Diakses tanggal 18 juni 2021

<https://id.m.wikipedia.org>. Penyebaran Covid-19 di Indonesia. Diakses tanggal 21 September 2021