

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masuknya covid-19 di Indonesia sejak Maret 2020 menyebabkan banyak kendala dalam kehidupan bermasyarakat dan juga dalam pemerintahan, perubahan system dari *offline* menjadi segala sesuatu berbasis *online* yang terjadi secara tiba-tiba memberikan tantangan pada pemerintah dan juga masyarakat untuk mau tak mau mengenal internet dan kecepatan globalisasi dalam bidang *gadget* dan juga telekomunikasi. Awal di berlakukannya system online memberikan kendala bagi masyarakat entah itu jaringan internet ataupun gawai yang belum memadai. Sejak awal masuknya covid-19 di Indonesia, pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan bahwa sekolah dan perguruan tinggi melakukan pembelajaran di rumah untuk 14 hari kedepan, akan tetapi hal tersebut terus berlangsung hingga kini, semua pembelajaran dilaksanakan secara daring. Selain dalam hal pendidikan pemerintah Indonesia juga mengeluarkan kebijakan dalam sosialisasi masyarakat seperti dilarang berkerumun dan juga selalu menjaga jarak dan mengenakan masker, meningkatnya kasus covid harian pada bulan April 2020 mengakibatkan pemerintah mengeluarkan kebijakan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar untuk daerah berzona merah seperti JABODETABEK dan daerah lainnya. Kondisi tersebut membuat banyak instansi pemerintah menerapkan WFH sebagai bentuk *physical distancing*. Bahkan Kementerian PAN-RB menerbitkan kebijakan yang melarang ASN mudik sebagai upaya memutus rantai penyebaran COVID-19 dari satu wilayah ke wilayah lainnya. Namun beberapa instansi atau perkantoran

masih tetap beroperasi. Instansi/perkantoran yang masih diperbolehkan beroperasi ini terutama yang memberikan pelayanan umum, seperti keamanan, pangan, bahan bakar minyak/gas, kesehatan, keuangan, logistik, dan kebutuhan dasar lainnya. Meski demikian, instansi/perkantoran itu harus beroperasi dengan jumlah pekerja yang minimum. Selain itu instansi/perkantoran yang beroperasi harus tetap mengutamakan upaya pencegahan penyebaran dan penularan COVID-19 sesuai dengan protokol di tempat kerja.

Setelah PSBB dirasa menekan penyebaran covid, pemerintahpun memberikan kelonggaran dan mengeluarkan kebijakan *New Normal* dimana masyarakat dapat kembali bekerja dan beraktifitas seperti semula dengan aturan-aturan baru seperti tetap memakai masker, menjaga jarak dan juga dilarang berkerumun, namun setelah itu terjadi badai covid dengan adanya varian baru yang lebih kuat yaitu varian delta yang berasal dari India yang masuk di wilayah Indonesia pada bulan Juli 2021 yang mengakibatkan pemerintah memberikan kebijakan lagi dari PSBB ke PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, dimana dalam kebijakan ini pemerintah lebih ketat dalam memberikan peraturan seperti di lingkungan kerja 100% dilakukan secara WFH dan pusat pembelian dan hiburan bahkan pariwisata kembali ditutup sementara, selain itu juga sertifikat vaksin dijadikan sebagai syarat dapat berpergian jauh. Hingga kini PPKM masih berlanjut akan tetapi level telah menurun untuk wilayah DKI dan sekitarnya telah turun ke level 2 dan sebagian lainnya turun pada level 3 seperti DIY.

Adanya perubahan kehidupan yang terjadi di masyarakat yang disebabkan oleh adanya covid-19 memberikan dampak yang besar selain dari bidang kesehatan juga di bidang ekonomi, dimana pergerakan ekonomi di Indonesia juga terganggu saat masuknya pandemi hingga sekarang. Bahkan Indonesia sempat mengalami resesi seperti yang di laporkan oleh Badan Pusat Statistika (BPS) bahwa produk domestik bruto (PDB) RI pada kuartal III-2020 minus 3,49 persen (*year on year/yoy*). Dengan demikian Indonesia resmi masuk ke jurang resesi, setelah pada kuartal II-2020 ekonomi RI juga terkonstraksi alias negative (J. Economic, 2020). Covid-19 yang memberikan dampak yang besar dalam bidang ekonomi tersebut, membuat pemerintah menentukan langkah untuk membuat kebijakan-kebijakan dalam hal membangun kembali ekonomi di Indonesia, salah satunya yaitu optimalisasi potensi ekonomi lokal untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat secara berkelanjutan.

Upaya pemerintah daerah dalam meningkatkan ekonomi daerahnya dengan langkah pengoptimalisasi ekonomi lokal yang dapat membantu masyarakat dan juga pemerintah dalam membangun kembali perekonomian dikala pandemi saat ini, salah satu langkahnya yaitu meningkatkan potensi UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah yang menjadi salah satu pilar utama perekonomian di mana dengan adanya UMKM dapat membantu membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha (J. Economic, 2020). Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 menegaskan bahwa UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kamandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berbagai upaya dilakukan oleh

pemerintah untuk meningkatkan jumlah UMKM di setiap daerah. Peran pemerintah sangatlah dibutuhkan untuk memberikan stimulasi kepada para pelaku usaha yang berdasarkan peraturan yang berlaku. Bank Indonesia memperkirakan pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi dan laju inflasi sebesar 4,2 – 4,6 persen. Namun nyatanya angka pertumbuhan ekonomi dan laju inflasi tahun 2020 mengalami penurunan. Salah satu sebabnya karena salah satu sektor strategis dalam perekonomian nasional yaitu UMKM yang mengalami permasalahan dalam kegiatan usahanya sebagai dampak pandemi dari sisi penawaran dan permintaan (J. Economic, 2020). Dengan banyaknya permasalahan yang terjadi oleh pelaku usaha UMKM dimasa pandemi covid-19 tersebut, pemerintah menerpakan kebijakan guna menghidupkan kembali dan juga membantu pelaku usaha UMKM untuk dapat kembali memutarakan roda ekonominya, diantaranya yaitu ; pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha; memberikan insentif pajak, melakukan relaksasi dan restrukturasi kredit; perluasan pembiayaan modal kerja; menempatkan kementerian, BUMN, dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan pelatihan secara *e-learning*, dengan adanya kebijakan tersebut diharapkan UMKM dapat tetap hidup dan juga membenatu perekonomian masyarakat dan juga Negara (Savitri, 2020).

Selain pemberian bantuan sosial kepada UMKM pemerintah daerah juga harus memikirkan inovasi-inovasi untuk pelaku usaha UMKM agar potensi daerah dapat berkembang dan juga dapat berlomba dengan potensi daerah lainnya, sehingga pelaku UMKM tidak hanya bergantung dengan bantuan dari pemerintah akan tetapi juga dapat berkembang dengan potensi yang mereka miliki. Inovasi

merupakan suatu ide, gagasan, barang atau metode yang diamati atau dirasakan sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang. Inovasi bertujuan untuk menjadi solusi masalah tertentu (Umkm, Yogyakarta, & Era, 2021). Salah satu contoh inovasi dalam bidang ekonomi yang di terapkan oleh kabupaten daerah Gunungkidul yaitu “Gerbang Pak Probo” atau kepanjangan dari Gerakan Bangga Pakai Produk Buatan Gunungkidul, merupakan suatu trobosan inovasi yang diluncurkan tahun 2020 yang diharapkan dapat membantu pelaku UMKM yang terdampak pandemi covid-19 sehingga pemasaran dan juga penjualannya meningkat. Sektor pariwisata yang merupakan potensi paten dari Kabupaten Gunungkidul menjadi salah satu daya tarik wisatawan domestic dan juga mancanegara yang silih berganti memasuki wilayah Gunungkidul, maka dengan adanya inovasi tersebut diharapkan kerajinan atau makanan khas daerah dapat menjadi buah tangan para wisatawan dan juga dapat meningkatkan pendapatan warga lokal (*44SK Gerbang Pak Probo Gunungkidul (1).pdf*, n.d.). Selain itu menurut Johan, kepala Dinas Perindag Kabupaten Gunungkidul, Upaya ini merupakan kolaborasi dari pemerintah dengan pengusaha serta sekaligus perbankan. Diharapkan aksesibilitas modal Perbankan untuk pengusaha kecil dapat dimudahkan, sehingga IKM kembali bergairah. Harapannya produk-produk ini akan menjadi identitas dan ciri khas Gunungkidul. (KabarHandayani. 2020)

Gunungkidul merupakan daerah dengan UMR terendah di wilayah regional Yogyakarta, dengan jumlah penduduk sebanyak 747.161 pada tahun 2020. Kabupaten Gunungkidul mempunyai beragam potensi perekonomian mulai dari pertanian, perikanan dan peternakan, hutan, flora dan fauna, industri, tambang

serta potensi pariwisata. Pertanian yang dimiliki Kabupaten Gunungkidul sebagian besar adalah lahan kering tadah hujan ($\pm 90\%$) yang tergantung pada daur iklim khususnya curah hujan. Lahan sawah beririgasi relatif sempit dan sebagian besar sawah tadah hujan. Sumberdaya alam tambang yang termasuk golongan C berupa: batu kapur, batu apung, kalsit, zeolit, bentonit, tras, kaolin dan pasir kuarsa. Selain itu dengan panjang pantai yang cukup luas terletak di sebelah selatan berbatasan dengan Samudera Hindia, membentang sepanjang sekitar 65 Km dari Kecamatan Purwosari sampai Kecamatan Girisubo, serta memiliki pulau. Potensi hasil laut dan wisata sangat besar dan terbuka untuk dikembangkan. Potensi lainnya adalah industri kerajinan, makanan, pengolahan hasil pertanian yang semuanya sangat potensial untuk dikembangkan. Sehingga selain dalam hal pertanian, pariwisata merupakan salah satu mata pencaharian masyarakat Gunungkidul terlebih lagi penduduk di sekitar pesisir pantai sangat mengandalkan wisatawan yang masuk sebagai ladang pencarian nafkah. Biasanya para penduduk lokal sekitar pantai mempunyai bisnis seperti, restoran makan, toko kerajinan, atau oleh-oleh khas daerah Gunungkidul. Namun hal tersebut terkendala dengan masuknya Covid-19 di daerah Gunungkidul, sektor pariwisata sempat terhenti bahkan di tutup, kini dengan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau PPKM, semua destinasi wisata di kawasan Gunungkidul di tutup sementara hingga waktu PPKM selesai, maka dengan adanya hal tersebut masyarakat pelaku usaha UMKM sangat kesulitan untuk menjalankan bisnisnya dan membantu dalam bertahan hidup. Maka dengan adanya hal tersebut Pemerintah Gunungkidul selain memberikan bantuan dana bagi pelaku UMKM

juga membuat suatu trobosan bagi mereka yaitu “Gerbang Pak Probo” atau Gerakan Bangga Pakai Produk Buatan Gunungkidul, gerakan tersebut merupakan langkah pemerintah daerah dalam menghidupkan kembali UMKM dan potensi lokal daerah Gunungkidul yang mana di masa pandemi ini sedang kesusahan mencari pembeli dan penjualannya yang menurun.

“Gerbang Pak Probo” merupakan sebuah gerakan yang dibawah oleh dinas Perindag Gunungkidul dimana gerakan tersebut berbentuk sebuah website yang dapat dibuka pada laman <https://gerbangpakprobo.id/>, laman tersebut seperti *e-commarce* pada umumnya, menawarkan berbagai produk unggulan hasil potensi daerah Gunungkidul yang dapat diakses oleh pembeli dengan mudah dan dapat dikirimkan ke seluruh daerah di Indonesia. Telah ada 77 UMKM yang masuk dan bergabung dalam laman tersebut dengan usaha dan jenis barang yang dijual berbeda, mulai dari pangan, kerajinan, dan lain sebagainya, hal ini dirasa masih jauh dari yang di harapkan karena di Gunungkidul masih banyak ratusan UMKM yang bergerkan dan belum terdaftar dalam laman web tersebut. Karena usia “Gerbang Pak Probo” yang masih dini karena peluncurannya baru saja pada tahun 2020 dan masih banyak UMKM yang belum terdaftar dan masuk ke dalam laman web tersebut. Selain itu kampanye dari gerakan inovasi ini masih belum merata bahkan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dengan adanya gerakan yang mewadahi UMKM di Gunungkidul ini. Maka hal itu masih menjadi suatu kekurangan dengan adanya gerakan tersebut, Inovasi yang baik masih kurang berjalan dengan semestinya jika belum teredukasinya masyarakat tentang Inovasi yang diberikan pemda untuk mayarakatnya.

Kabupaten Gunungkidul yang merupakan salah satu Kabupaten di daerah Yogyakarta yang memiliki pendapatan yang berporos pada sektor pariwisata, berdampak besar dengan adanya covid-19, warga lokal yang memiliki usaha kerajinan dan juga olahan makanan khas daerah terdampak dalam penurunan permintaan dan juga penjualan sehingga pendapatan menurun, sehingga mereka harus memutar otak untuk tetap menyambung hidup bagi keluarganya. Sektor pariwisata merupakan poros kehidupan UMKM di Gunung kidul, terlebih lagi bagi UMKM yang bergerak dalam makanan khas dan juga kerajinan tangan, bahkan kain batik sebagai oleh-oleh para wisatawan kini harus bekerja ekstra dalam penjualannya karena macetnya sector pariwisata di daerah Gunung kidul, permintaan turun dan penjualanpun turun mengakibatkan para pelaku UMKM enggan mati karena perekonomiannya yang sedang di uji, maka dari itu Kabupaten Gunungkidul meluncurkan sebuah inovasi yang masih tergolong baru, yang diluncurkan pada tahun 2020 yaitu “Gerbang Pak Probo” yang diharapkan dapat membantu pelaku UMKM tetap bisa menghidupkan usahanya. Selain itu Gunungkidul merupakan daerah yang belum semuanya di jamah oleh hingar binger kota, dapat dilihat bahwa tidak ada gedung tinggi atau tempat hiburan lainnya, bahkan merupakan daerah miskin dan kekurangan air di beberapa tempat, maka dari itu UMKM adalah sebuah tempat hidup para masyarakat Gunung kidul yang hidup di tempat pariwisata yang menjadi mata pencaharian mereka, sehingga dalam penulisan penelitian ini, penulis ingin mengetahui seberapa pengaruh Inovasi tersebut dalam membantu peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul di tengah situasi pandemi covid-19 saat ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan diatas maka dapat diambil sebuah rumusan masalah yaitu:

Bagaimana Pengaruh Inovasi gerakan “Gerbang Pak Probo” terhadap Pendapatan UMKM dimasa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul tahun 2020-2021?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis Tarik berdasarkan latar belakang diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

Mengetahui pengaruh Inovasi “Gerbang Pak Probo” terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Wonosari, Kapupaten Gunungkidul tahun 2020-2021

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teori diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran untuk meningkatkan dan memajukan dalam hal potensi Lokal UMKM daerah Kabupaten Gunungkidul dan juga dapat mengenalkan Inovasi “Gerbang Pak Probo” kepada masyarakat luas dan juga UMKM lainnya yang belum masuk ke dalam “Gerbang Pak Probo” sehingga UMKM di Gunung Kidul tetap berjalan di tengah badai pandemic covid-19 saat ini. Selain itu diharap menjadi pemantik pemerintah daerah Gunungkidul dalam memberikan kebijakan public lainnya ditengah wabah covid-19 ataupun diluar adanya covid-19.

b. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan secara praktis dapat memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya, selain itu penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pemerintah daerah agar menjadi acuan pemerintah daerah Gunungkidul dalam meningkatkan inovasi “Gerbang Pak Probo” dalam mengenalkan potensi lokal UMKM agar dapat berkembang dan juga dapat mengembangkan kebijakan dan juga inovasi lainnya, sehingga memberikan dampak yang baik terhadap perekonomian masyarakat. Selain itu dengan adanya penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi UMKM untuk mengetahui seberapa efektif inovasi tersebut bagi jalannya UMKM mereka dan juga dapat menarik UMKM lain untuk ikut andil dalam gerakan Inovasi tersebut sehingga kampanye potensi lokal dapat dilaksanakan semestinya. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan secara praktis bagi masyarakat untuk mengetahui inovasi “Gerbang Pak Probo” sehingga masyarakat dapat bangga menggunakan produk lokal dan juga dapat membantu UMKM dalam mengembangkan bisnisnya.

E. Tinjauan Pustaka

Sebagai tinjauan pustaka penulis akan menjelaskan beberapa penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Tinjauan pustaka bertujuan untuk mencari hal berbeda dan menarik dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Penelitian pertama dengan judul “*Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19*” oleh Maskarto Lucky Nara Rosmadi dalam jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 2 Bulan Juli 2021 halaman 87-84 bahwa penelitian ini menunjukkan dari hasil penelitian yang dilakukan disertai dengan data-data yang diperoleh dari pemilik usaha Waroenk Ngemil, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi baik produk maupun kemasannya dapat berdampak positif bagi pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) meskipun sedang dilanda pandemi covid-19. kegiatan UMKM di masa pandemi covid-19 sebagai mesin penggerak perekonomian jika didukung oleh kualitas SDM berupa daya inovasi dan kreativitasnya situasi apapun kegiatan UMKM di Indonesia harus dapat bertahan bahkan ditingkatkan agar kesejahteraan masyarakat dapat tercapai. Selain itu dalam pandemi covid-19 ini pelaku usaha harus pengoptimalkan peran SDM terutama meningkatkan daya inovasi dan kreativitasnya agar usaha ini tetap berjalan. (Lucky & Rosmadi, n.d.)

Penelitian kedua yaitu “*Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan*” oleh Husna Ni’matul Ulya dalam jurnal of Islamic Economic and Business vol.3(1) tahun 2020 halaman 80-109 menerangkan bahwa langkah pemerintah daerah dalam menangani dampak ekonomi adalah dengan optimalisasi potensi ekonomi lokal. Provinsi Jawa Timur memiliki potensi yang baik di bidang agraris, sehingga dengan program pengembangan kawasan agropolitan, merupakan salah satu potensi yang perlu dikembangkan lebih jauh, mengingat kebutuhan akan makanan adalah menjadi faktor utama untuk kelangsungan hidup masyarakat. Beberapa

langkah yang bisa dilakukan untuk memaksimalkan potensi kawasan agropolitan di tengah pandemi COVID-19 adalah dengan cara memaksimalkan sasaran dan tujuan bagi kawasan agropolitan yang telah tercantum dalam Keputusan Gubernur No. 188/40/KPTS/013/2015, penguatan regulasi tertulis oleh pemerintah, peningkatan kerjasama antara pemerintah dengan semua pihak terkait, diversifikasi produk, digitalisasi pemasaran, peningkatan kegiatan edukasi dan peningkatan kemudahan akses permodalan. (I. Economic, 2020)

Penelitian ketiga yaitu “*Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kecilmenengah (Ukm) Masa Pandemi Covid19 Di Kabupaten Deliserdang*” oleh Haposan Hutahaean dalam Journal Economic And Strategy (JES) Volume 1 No 1 Maret-Agustus 2020 pp.1-10 menjelaskan bahwa faktor modal dan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Kabupaten Deliserdang , sehingga apabila modal dan tenaga kerja meningkat maka pendapatan usaha mikro pun ikut meningkat pula, sehingga Pemerintah daerah Kabupaten Deliserdang dalam hal mengupaya meningkatkan pendapatan masyarakat aga lebih mengutamakan pengembangan di sektor industri dimana sektor industri berpeluang besar Kabupaten Deliserdang. (J. Economic, 2020)

Penelitian keempat yaitu “*Inovasi Dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi*” oleh Encep Saefullah, dkk dalam Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume: 2 Nomor: 2 Edisi Juli 2021 menerangkan bahwa upaya memberikan inovasi dan pengembangan UMKM dari segi pemasaran dalam hal

ini adalah pemanfaatan media sosial (Instagram dan facebook) dan aplikasi chat (Whatsapp) untuk memaksimalkan penjualannya dan variasi-variasi yang dibuat meliputi variasi rasa, kemasan dan bentuknya serta penggunaan alat pemipih emping yang menggunakan energi putar (engkol) dalam proses produksinya untuk mendapatkan hasil produksi yang lebih baik. Memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM emping melinjo dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam pengelolaan manajemen UMKM, inovasi-inovasi produk usaha yang dihasilkan dalam bentuk varian rasa, kemasan dan bentuknya, pengembangan media atau sarana pemasaran dengan cara memaksimalkan digital marketing baik dengan menggunakan aplikasi chat seperti WhatsApp, atau media sosial seperti Instagram atau Facebook dapat meningkatkan pendapatan UMKM tersebut. (Dan, 2021)

Penelitian kelima yaitu “*Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Pada Umkm Keripik Pisang*” oleh Dharma Jaya Novita Ekasari dan Suswita Roza dalam jurnal manajemen terapan dan keuangan vol 6 no 3 tahun 2017 menerangkan bahwa inovasi Jenis Produk, Peningkatan Kualitas, Macam model, kemasan dan fitur secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Reseller pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya, yang berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian Reseller pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya adalah inovasi Jenis Produk. (Roza, Suswita dan Jaya Novita, 2006)

Penelitian keenam yaitu “*Peran Knowledge Sharing Terhadap Inovasi Umkm Di Yogyakarta Pada Era Pandemi*” yang ditulis oleh Adin Gustina dalam

Jurnal Manajemen Bisnis Islam Volume 2 No 1 (2021) halaman 41-60, penelitiannya menyimpulkan bahwa Camelo-Ordaz, et al (2011) mendefinisikan knowledge sharing sebagai tindakan menempatkan pengetahuan yang dimiliki oleh individu pada disposisi orang lain dalam organisasi, sedemikian rupa sehingga dapat diserap dan dimanfaatkan oleh mereka. Lebih jauh lagi, penelitian tersebut menjelaskan bahwa knowledge sharing berbeda dengan tindakan pelaporan. tindakan pelaporan dilakukan karena tanggung jawab dan kewajiban yang harus dilakukan oleh karyawan dalam bekerja, sedangkan knowledge sharing merupakan tindakan yang bersifat sukarela. Pengertian lain oleh Ryu et al.. (2003) mendefinisikan knowledge sharing sebagai perilaku individu yang menyebarkan pengetahuan dan informasi yang diperolehnya kepada rekan-rekan lain dalam suatu organisasi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terbukti bahwa knowledge sharing memiliki pengaruh positif terhadap inovasi. Hal ini membuktikan bahwa ketika knowledge sharing dalam perusahaan tinggi, maka praktik inovasi dalam perusahaan tersebut juga akan meningkat. Dan sebaliknya, jika knowledge sharing dalam perusahaan rendah, maka perusahaan akan kesulitan melakukan inovasi. (Umkm et al., 2021)

Penelitian ketujuh yaitu “*UMKM Go-Digital sebagai Adaptasi dan Inovasi Pemasaran Arkha Minoritas pada Pandemi COVID-19*” oleh Rita Komalasari , Budi Harto, dan Rony Setiawan dalam jurnal IKRAITH-ABDIMAS Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021 halaman 1-7 memberikan hasil bahwa dengan adanya pandemic covid yang mengakibatkan usaha UMKM menurun dalam hal penjualan dan juga permintaan menjadikan pelaku usaha UMKM untuk beralih

kepada system digital, seperti penjualan berbasis pada media social dan juga platform penjualan online lainnya yang lebih digemari oleh konsumen, selain itu inovasi berupa logo, merek dan juga media social menjadi salah satu factor berkembangnya UMKM dan juga dapat memajukannya ditengah badai pandemic saat ini. (Komalasari, Harto, & Setiawan, n.d.)

Penelitian kedelapan yaitu “*Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19*” oleh Virgia Aida Handini dalam jurnal riset komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa vol.11 no. 2 tahun 2020, menjelaskan bahwa pelaku UMKM diharuskan dapat fokus melakukan pengembangan strategi pemasaran dengan menekankan kekuatan hubungan dengan konsumen. Kemudian, agar UMKM dapat mengikuti perubahan teknologi tersebut, harus dibuat sistem yang dapat membantu para pelaku UMKM untuk belajar melakukan teknik komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan digital. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) juga harus diupayakan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM. Misalnya dengan mengelola komunikasi yang positif antara konsumen dan penjual. (Handini ,Virgia Aida. 2020)

Penelitian kesembilan yaitu “*Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online*” oleh Tri Hanifawati, dan Ratna Sari Listyaningrum dalam jurnal Warta LPM vol. 24 no 3, Bulan Juli 2021, menjelaskan bahwa rekomendasi untuk strategi pemasaran mitra adalah perlu memperkuat pengelolaan saluran pemasaran yang secara intensif mampu memberikan notifikasi, pengingat dan meyakinkan

konsumen tentang merek, produk, atau layanan mereka agar lebih banyak penjualan. Hasil survei menunjukkan bahwa di era digital ini, konsumen lebih memilih sosial media sebagai sumber informasi suatu merek, yang telah menggeser posisi promosi dari mulut ke mulut dan bahkan iklan di televisi. Survei ini juga menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengenal merek Eggroll Kentang g-Lis 114 pertama mengetahui promosi atau iklannya dari sosial media. Artinya, sosial media telah menjadi saluran yang efektif untuk memperkenalkan merek ini kepada calon konsumen. Selanjutnya, mitra setidaknya dapat melakukan program iklan setiap 1-2 bulan sekali untuk menjangkau target konsumen yang lebih luas karena terbukti program iklan dapat menjangkau 98% nonfollower, adapun promosi organik jika memiliki anggaran terbatas lebih direkomendasikan, namun diperlukan pengelolaan konten visual dan caption yang lebih menarik dan bermanfaat bagi target pasar untuk meningkatkan jumlah follower dan engagement. (Komalasari et al., n.d.)

Penelitian kesepuluh yaitu “Peran Pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan Umkm Yang Terdampak Covid-19” oleh Nungky Wanodyatama Islami, Fajar Supanto, Arisanto Soeroyo, dalam jurnal Karta Raharja vol.2 no. 1 tahun 2021 menjelaskan bahwa Kementerian Koperasi dan UKM terus meningkatkan koordinasi dengan K/L terkait, BUMN, Perguruan Tinggi, Swasta, dan Start-up. Kegiatan yang dilakukan, yakni pengadaan akses/infrastruktur digital, akses pembiayaan, pelatihan, pendampingan, inkubator, dan sistem informasi digital UMKM. Output yang diharapkan yaitu peningkatan pada aspek produksi, omzet, skala usaha, dan manajemen. Selain mengawal kebijakan

Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah Kabupaten Malang juga meluncurkan berbagai kebijakan antara lain: a) Bantuan sarana prasarana produksi kepada 50 kelompok UKM sebesar 15 juta/kelompok; b) Mengikuti expo produk; c) Pelatihan yang menjangkau 200 UKM tentang layanan branchless melalui <https://swapasar.id> dan Pelatihan lainnya oleh dinas terkait; d) Fokus ke promosi produk UMKM; e) Menjalankan program inkubator kecil; f) Digitalisasi marketing pada pelaku UMKM usia 30-50 tahun; g) Digitalisasi/market place yang melibatkan 500 UKM untuk kegiatan packaging dan desain; h) Fasilitasi temu usaha; i) Meningkatkan peran PLUT dengan memberikan layanan online; j) Bimbingan teknis untuk peningkatan SDM UMKM; k) Meningkatkan akses UMKM ke pembiayaan KUR dengan target 200 UMKM per tahun l) Membuka kembali tempat wisata. (Covid-, Islami, Supanto, & Soeroyo, 2021)

No	Judul Jurnal	Tahun Terbit	Penulis	Isi
1.	Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19	Bulan Juli 2021	Maskarto Lucky Nara Rosmadi	keaktivitas dan inovasi baik produk maupun kemasannya dapat berdampak positif bagi pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) meskipun sedang dilanda pandemi covid-19
2.	Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada	tahun 2020	Husna Ni'matul Ulya	langkah pemerintah daerah dalam menangani dampak ekonomi adalah dengan optimalisasi potensi ekonomi lokal sehingga perekonomian terdampak covid akan kembali hidup.

	Kawasan Agropolitan			
3.	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kecilmenengah (Ukm) Masa Pandemi Covid19 Di Kabupaten Deliserdang	Agustus 2020	Haposan Hutahaean	faktor modal dan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro di Kabupaten Deliserdang
4.	Inovasi Dan Pengembangan	Juli 2021	Encep Saefullah, dkk	inovasi dan pengembangan UMKM dari segi pemasaran memberikan dampak positif terhadap pendapatan UMKM

	UMKM Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi			
5.	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Pada Umkm	2017	Dharma Jaya Novita Ekasari dan Suswita Roza	inovasi Jenis Produk, Peningkatan Kualitas, Macam model,kemasan dan fitur secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Reseller pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya

	Keripik Pisang			
6.	Peran Knowledge Sharing Terhadap Inovasi Umkm Di Yogyakarta Pada Era Pandemi	2021	Adin Gustina	knowledge sharing memiliki pengaruh positif terhadap inovasi, sehingga meningkatkan kualitas dan pendapatan UMKM
7.	UMKM Go-Digital sebagai Adaptasi dan Inovasi Pemasaran Arkha Minoritas pada Pandemi COVID-19	Bulan Maret 2021	Rita Komalasari , Budi Harto, dan Rony Setiawan	penjualan berbasis pada media social dan juga platform penjualan online lainnya yang lebih digemari oleh konsumen, selain itu inovasi berupa logo, merek dan juga media social menjadi salah satu factor berkembangnya UMKM

8.	Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19	Tahun 2020	Virgia Aida Handini	Peningkatan pengetahuan pemasaran <i>online</i> harus dikuasai UMKM agar dapat berkompetisi dengan UMKM lainnya.
9.	Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan	Bulan Juli 2021	Tri Hanifawati, dan Ratna Sari Listyaningrum.	rekomendasi untuk strategi pemasaran mitra adalah perlu memperkuat pengelolaan saluran pemasaran yang secara intensif mampu memberikan notifikasi, pengingat dan meyakinkan konsumen tentang merek, produk, atau layanan mereka agar lebih banyak penjualan.

	Inovasi Produk dan Pemasaran Online			
10.	Peran Pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan Umkm Yang Terdampak Covid-19	Tahun 2021	Nungky Wanodyatama Islami, Fajar Supanto, Arisanto Soeroyo.	pengadaan akses/infrastruktur digital, akses pembiayaan, pelatihan, pendampingan, inkubator, dan sistem informasi digital UMKM. Output yang diharapkan yaitu peningkatan pada aspek produksi, omzet, skala usaha, dan manajemen.

Dari pemaparan studi pustaka di atas dapat dilihat bahwa perbedaan penelitian – penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada variable penelitiannya, dimana peneliti ingin mengkaji tentang pengaruh Inovasi gerakan “Gerbang Pak Probo” terhadap pendapatan UMKM dimasa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul tahun 2021. Sedangkan kebanyakan penelitian sebelumnya membahas tentang strategi dan Inovasi pemasaran UMKM terhadap penjualan dan juga minat pembeli dimasa pandemi covid-19 dan belum meneliti pengaruh inovasi terhadap pendapatan UMKM dimasa pandemic covid-19 untuk dapat meningkatkan ekonomi daerah dan juga nasional.

Penelitian ini juga berbeda dengan penelitian sebelumnya dimana pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektif inovasi pemerintah daerah Gunungkidul dalam meningkatkan pendapatan masyarakatnya dan juga menghidupkan kembali UMKM yang ada di Kabupaten Gunungkidul. Sehingga penelitian ini masih dapat dibahas dan dicari pengaruhnya apakah inovasi Pemda Gunungkidul signifikan atau tidak terhadap pendapatan UMKM.

Selain itu Gunungkidul merupakan daerah yang belum semuanya di jajah oleh hingar binger kota, dapat dilihat bahwa tidak ada gedung tinggi atau tempat hiburan lainnya, bahkan merupakan daerah miskin dan kekurangan air di beberapa tempat, maka dari itu UMKM adalah sebuah tempat hidup para masyarakat Gunung kidul yang hidup di tempat pariwisata yang menjadi mata pencaharian mereka, sehingga dalam penulisan penelitian ini, penulis ingin mengetahui

seberapa pengaruh Inovasi tersebut dalam membantu peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul di tengah situasi pandemi covid-19 saat ini.

F. Kerangka Teori

1. Inovasi

1.1. Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan suatu proses atau hasil pengembangan, pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaharui produk (barang dan jasa), proses atau system yang baru, yang memberikan nilai tambah. Inovasi juga diartikan sebagai: ide kreatif, tindakan baru yang berbeda dari yang ada sebelumnya, *best practices*, *good practices*, terobosan dan lain-lain. Meskipun tidak semua ide baru bias dikategorikan sebagai inovasi (LAN,2013)

Menurut Clark, Jhon, dan Ken Guy (1997) dalam *innovation and Competitiveness* bahwa inovasi memiliki nilai ekonomi yang berarti (signifikan), yang umumnya dilakukan oleh organisasi maupun individu. Inovasi merupakan transformasi dan pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, ketrampilan teknologi untuk menciptakan produk, proses, dan jasa baru. Sedangkan menurut Green (dalam Thenint, 2010) mendefinisikan inovasi sebagai sesuatu yang baru yaitu dengan memperkenalkan dan melakukan praktek atau proses baru (barang atau layanan) atau bisa juga dengan

mengadopsi pola baru yang berasal dari organisasi lain. *Innovation as novelty in action* (Altschuler dan Zegans, 1997); *New ideas that works* (Mulgan dan Albury, 2003).

Dalam konteks sosiologi, inovasi didefinisikan sebagai sebuah ide, praktik, ataupun objek yang dianggap baru oleh anggota masyarakat. Dalam pengembangan inovasi diperlukan komunikasi dan penyampaian informasi yang komprehensif kepada anggota masyarakat.

Istilah inovasi selalu diartikan berbeda-beda oleh beberapa ahli para ahli. Menurut Trott (2008) inovasi adalah jantung atau pusat aktivitas dari setiap perusahaan karena inovasi berperan penting pada kelangsungan perusahaan, serta Manajemen dari semua aktivitas antara lain proses pembentukan ide, pengembangan teknologi, proses pabrikan, dan pemasaran atas produk baru atau produk yang dikembangkan.

Menurut Drucker (2012), Inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Hal ini dapat dipresentasikan sebagai sebuah disiplin, pembelajaran, dan dipraktikkan.

Menurut Ellitian dan Anatan (2009), secara singkat inovasi diartikan sebagai “perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baik yang sudah ada dalam organisasi maupun berkembang dari luar organisasi.

Inovasi terlahir dari sebuah gagasan baru. Sementara kemampuan untuk melahirkan dan membangkitkan suatu gagasan baru yang berguna ini dikenal sebagai kreativitas. Inovasi tanpa ada kreativitas tidak akan bisa berjalan, karena inovasi dan kreativitas adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan biasanya digunakan secara bergantian. Inovasi adalah gabungan dari kreativitas dengan komersialisasi (Stamm, 2008). Perusahaan membutuhkan suatu proses, prosedur, dan struktur yang memungkinkan pelaksanaan tepat pada waktunya dan efektif dari proyek sehingga produk yang dihasilkan sangat inovatif.

Menurut Gupta (2007), kreativitas adalah persyaratan untuk inovasi dan transformasi organisasi, karena tanpa kreativitas, inovasi tidak berarti, transformasi tersebut akan kurang lebih sama dengan sebelumnya.

“Proses kreativitas untuk melahirkan inovasi itu sendiri terbentuk melalui tahapan mencari (search), membenturkan (collision), memutuskan (decision), dan mencoba (trial)” (Zuhal, 2010, p. 77).

Di era yang kekinian pada saat ini, inovasi merupakan sebuah istilah dan konsep yang banyak diperbincangkan akhir-akhir ini. Inovasi semakin dipercaya oleh banyak pihak sebagai pengungkit dan kunci untuk memperoleh manfaat-manfaat positif dalam lingkup yang luas, mulai dari individu, komunitas, organisasi, masyarakat, dan Negara. Inovasi dalam bidang administrasi Negara pada hakikatnya adalah pengembangan dari *best practices* atau penerapan pada bidang kelembagaan, sumber daya aparatur Negara, tata pemerintahan, serta pelayanan public untuk

menciptakan atau memperbaiki system sehingga mampu memberikan nilai tambah. Inovasi diperlukan untuk mempercepat modernisasi atau reformasi administrasi Negara yang efektif, responsive dan akuntabel. Inovasi administrasi Negara didefinisikan sebagai “proses memikirkan dan mengimplementasikan gagasan yang memiliki unsur kebaruan dan kebermanfaatan untuk menjawab berbagai permasalahan administrasi Negara”.

Berdasarkan Pedoman Umum Inovasi Administrasi Negara (2015), inovasi memiliki kriteria sebagai berikut:

1. **Kebaruan**

Memiliki arti bahwa sebuah produk atau hal belum atau tidak pernah ada dan pernah dilakukan. Sesuatu yang belum pernah ada ini memiliki tujuan sebagai bentuk perubahan, tentunya menuju ke perubahan yang lebih baik.

2. **Kemanfaatan**

Perubahan yang lebih baik menjadi syarat utama adanya sebuah inovasi. Oleh karena itu, perubahan ini tentunya harus memberikan kemanfaatan.

3. **Memberi Solusi**

Inovasi yang telah diinisiasi sebagai sebuah perubahan diharapkan mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

4. **Keberlanjutan**

Inovasi yang berjalan diharapkan dapat berlaku berkesinambungan. Artinya inovasi yang ada tidak boleh berhenti pada satu titik. Perlu keberlanjutan mengenai jalannya inovasi tersebut.

5. Dapat direplikasikan

Inovasi yang berhasil merupakan sebuah inovasi yang dapat direplikasi, dalam hal ini replikasi merupakan sebuah percontohan atau peniruan oleh pihak lain sebagian atau keseluruhan sebuah produk atau system.

6. Kompatibilitas

Inovasi harus kompatibel dengan lingkungan atau kesesuaian dengan system diluar dirinya (tidak membentuk, melanggar system yang ada) yaitu harmonis/sesuai dengan kebijakan, kesepakatan/perjanjian domestic dan luar negeri baik privat dan *civil society* serta antar Negara pada tingkat lokal, nasional, regional dan global.

1.2.Tujuan Inovasi

Tujuan inovasi secara umum adalah menciptakan suatu kondisi agar bidang usahanya dapat berkembang dengan baik. Menurut Makmur dan Thahier (2015), tujuan inovasi berdasarkan 4 (empat) sisi pandang adalah:

1. Perspektif anggaran atau financial, yaitu senantiasa mencari inovasi untuk menemukan cara baru dalam menggunakan anggaran yang relatif kecil, tetapi mendapatkan hasil yang banyak.
2. Perspektif pelanggan, yaitu semua elemen dalam perusahaan senantiasa berinovasi mencari pelanggan yang banyak dan memberikan layanan yang terbaik.
3. Perspektif pengelolaan bisnis internal, yaitu secara realita bahwa setiap unsur manajemen harus memiliki inovasi untuk menciptakan suasana kondusif internal perusahaan.
4. Perspektif pertumbuhan atau perluasan bidang usaha.

1.3. Tipe-tipe Inovasi

Berdasarkan Buku Direktori Inovasi LAN (2013) inovasi administrasi Negara meliputi 8 jenis yaitu:

1. Inovasi Proses (*Process Innovation*)

Inovasi proses merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas proses kerja baik internal maupun eksternal. Tujuan dari inovasi ini yakni untuk menghasilkan output yang lebih efektif dan efisien. Inovasi proses memiliki pembedaan dengan ruang lingkup intern suatu organisasi. Beberapa lingkup dari inovasi proses yaitu standar operasional prosedur (SOP), tata laksana, system, dan prosedur. Keberhasilan dari inovasi proses dapat dilihat dari beberapa kriteria antara lain:

- a. Inovasi dilakukan pada level tata laksana rutin.

- b. Proses kerja semakin cepat, mudah, dan efektif.
- c. Mengurangi tumpang tindih kewenangan antar unit organisasi.
- d. Bagi pelayanan public langsung, indicator kesuksesan dilihat dari peningkatan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)

2. Inovasi metode (*Method Innovation*)

Inovasi metode menitikberatkan pada kebaruan cara, teknik atau strategi dalam mencapai suatu tujuan. Kebaruan ini tentunya sebuah hal yang belum pernah digunakan oleh orang lain, memiliki kemanfaatan terhadap banyak orang, pada organisasi sector public, inovasi metode ini focus pada penyederhanaan cara, teknik maupun strategi organisasi sector public dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

3. Inovasi produk (*product Innovation*)

Inovasi produk dapat diartikan sbegai pembaharuan dari sebuah produk. Pembaharuan ini bisa berupa adanya produk baru yakni produk yang benar-benar baru, produk yang dibuat untuk menggantikan produk lama dan produk lama yang didesain ulang menjadi sebuah produk baru untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah dari suatu barang dan jasa.

4. Inovasi Konseptual (*conceptual Innovation*)

Inovasi konseptual merupakan inovasi yang berada di tataran konseptual. Inovasi ini focus ke pemahaman yang berbeda atau cara

pandang yang berbeda ini nantinya akan menjadi sebuah paradig, ide, gagasan, serta pemikiran yang baru terhadap suatu hal.

5. Inovasi Teknologi (*technology Innovation*)

Inovasi teknologi menitikberatkan dalam penggunaan teknologi baru. Penggunaan teknologi baru ini bertujuan untuk memudahkan, mempercepat serta memperbanyak hasil yang diproduksi. Dalam konteks, sector public, inovasi teknologi biasanya dilakukan melalui introduksi *e-government* dan pembaruan peralatan atau perangkat untuk menunjang pekerjaan. Penggunaan elektronik dengan memanfaatkan teknologi informasi membuat kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh sector public menjadi lebih efektif dan efisien.

6. Inovasi Struktur Organisasi (*Organizational Structure Innovation*)

Struktur organisasi menjadi roh dalam sebuah organisasi menggerakkan roda system organisasi. Dalam struktur organisasi yang simple, maka kinerja organisasi akan bisa berjalan secara efisien. Efisiensi ini juga bisa terus dimaksimalkan dengan melahirkan inovasi struktur organisasi. Inovasi struktur organisasi bisa dilakukan dengan penggunaan struktur organisasi baru, merestrukturasi organisasi yang ada, menggabungkan atau menghapus struktur organisasi yang kurang efisien.

7. Inovasi Hubungan (*Relationship Innovation*)

Hubungan merupakan sebuah interaksi satu pihak dengan pihak lain. Interaksi ini bisa terjadi secara sederhana maupun rumit. Apabila

hubungan ini rumit tentunya akan merugikan sebuah organisasi. Disinilah peran inovasi, inovasi ditujukan untuk menyederhanakan hubungan atau interaksi satu pihak dengan pihak lainnya. Ruang lingkup dari inovasi hubungan adalah *partnership*, partisipasi masyarakat, *relationship*, *networking*.

8. Inovasi Pengembangan SDM (*Human Resources Development Innovation*)

Inovasi sumber daya manusia dibangun untuk mewujudkan pengelolaan sumber daya manusia yang tepat guna. Penggunaan sumber daya manusia yang sesuai dengan kemampuan individu dan kebutuhan dari organisasi. Guna mewujudkan pengelolaan sumber daya manusia yang kompeten, maka langkah inovasi sumber daya manusia yang bisa dilakukan melalui tata nilai (didalamnya ada budaya, perilaku, etika serta cara pandang), pemberdayaan, kepemimpinan, profesionalisme, serta pemberdayaan.

Dalam penelitian ini teori dari LAN atau lembaga Administrasi Negara yang menyebutkan bahwa inovasi merupakan suatu proses atau hasil pengembangan, pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaharui produk (barang dan jasa), proses atau system yang baru, yang memberikan nilai tambah. Inovasi juga diartikan sebagai: ide kreatif, tindakan baru yang berbeda dari yang ada sebelumnya, *best practices*, *good practices*, terobosan dan lain-lain. Meskipun tidak semua ide baru bias dikategorikan sebagai inovasi.

Dalam Surat Keputusan Bupati Nomor 279/KPTS/2020 tentang Kegiatan Gerbang Pak Probo menetapkan bahwa kegiatan Gerbang Pak Probo memiliki Tujuan:

1. Mensosialisasikan produk UMKM dan IKM kepada Masyarakat.
2. Membangun jaringan pemasaran produk UMKM dan IKM.
3. Meningkatkan omzet penjualan produk UMKM dan IKM.

Bentuk kegiatan tersebut berupa:

1. Kampanye penggunaan dan pembelian produk UMKMdand IKM Kabupaten Gunungkidul
2. Pembuatan Katalog Digital Produk UMKM dan IKM di Kabupaten Gunungkidul, yang terintegrasi dalam portal laman/website smart city produk lokal.
3. Pembuatan website Gerbang Pak Probo Gunungkidul.
4. Edukasi dan Kurasi Produk UMKM dan IKM.
5. Himbauan untuk penggunaan atau pembelian produk UMKM dan IKM

Teori LAN tersebut dirasa cocok dengan penelitian yang akan dilakukan mengenai Inovasi Gerakan “Gerbang Pak Probo” terhadap pendapatan UMKM dimasa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Wonosari Kabupaten Gunungkidul tahun 2021 dikarenakan teori tersebut dirasa selaras dengan kebijakan yang dilakukan Pemerintah daerah Gunungkidul dalam hal berinovasi pada kebijakan public berupa suatu gerakan bangga

menggunakan produk khas daerah Gunungkidul untuk membantu UMKM yang mengalami masa sulit ditengah wabah covid-19 tersebut. Inovasi tersebut dirasa merupakan suatu terobosan dan tindakan yang baru dengan menggunakan system baru berupa website penjualan online yang selaras dengan pergerakan modernisasi yang berubah ke system online. Maka teori yang disebutkan diatas telah sesuai dengan kebijakan Pemerintah daerah dalam hal berinovasi guna mensejahterakan masyarakatnya.

2. Kebijakan Publik

2.1. Pengertian Kebijakan

Sebelum dibahas lebih jauh mengenai konsep kebijakan publik, kita perlu mengkaji terlebih dahulu mengenai konsep kebijakan atau dalam bahasa inggris sering kita dengar dengan istilah policy. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kebijakan diartikan sebagai rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak (tentang pemerintahan, organisasi, dsb); pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip dan garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran.

Carl J Federick sebagaimana dikutip Leo Agustino (2008: 7) mendefinisikan kebijakan sebagai serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pendapat ini juga

menunjukkan bahwa ide kebijakan melibatkan perilaku yang memiliki maksud dan tujuan merupakan bagian yang penting dari definisi kebijakan, karena bagaimanapun kebijakan harus menunjukkan apa yang sesungguhnya dikerjakan daripada apa yang diusulkan dalam beberapa kegiatan pada suatu masalah.

Irfan Islamy sebagaimana dikutip Suandi (2010: 12) kebijakan harus dibedakan dengan kebijaksanaan. Policy diterjemahkan dengan kebijakan yang berbeda artinya dengan wisdom yang artinya kebijaksanaan. Pengertian kebijaksanaan memerlukan pertimbangan pertimbangan lebih jauh lagi, sedangkan kebijakan mencakup aturanaturan yang ada di dalamnya.

James E Anderson sebagaimana dikutip Islamy (2009: 17) mengungkapkan bahwa kebijakan adalah “*a purposive course of action followed by an actor or set of actors in dealing with a problem or matter of concern*” (Serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang pelaku atau sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu). Konsep kebijakan yang ditawarkan oleh Anderson ini menurut Budi Winarno (2007: 18) dianggap lebih tepat karena memusatkan perhatian pada apa yang sebenarnya dilakukan dan bukan pada apa yang diusulkan atau dimaksudkan. Selain itu konsep ini juga membedakan secara tegas antara kebijakan (policy) dengan keputusan (decision) yang mengandung arti pemilihan diantara berbagai alternatif yang ada.

Berdasarkan pendapat berbagai ahli tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan adalah tindakan-tindakan atau kegiatan yang sengaja dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang, suatu kelompok atau pemerintah yang di dalamnya terdapat unsur keputusan berupa upaya pemilihan diantara berbagai alternatif yang ada guna mencapai maksud dan tujuan tertentu.

2.2. Pengertian Kebijakan Publik

Lingkup dari studi kebijakan publik sangat luas karena mencakup berbagai bidang dan sektor seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, hukum, dan sebagainya. Disamping itu dilihat dari hirarkirnya kebijakan publik dapat bersifat nasional, regional maupun lokal seperti undangundang, peraturan pemerintah, peraturan presiden, peraturan menteri, peraturan pemerintah daerah/provinsi, keputusan gubernur, peraturan daerah kabupaten/kota, dan keputusan bupati/walikota.

Secara terminologi pengertian kebijakan publik (public policy) itu ternyata banyak sekali, tergantung dari sudut mana kita mengartikannya. Easton memberikan definisi kebijakan publik sebagai *the authoritative allocation of values for the whole society* atau sebagai pengalokasian nilai-nilai secara paksa kepada seluruh anggota masyarakat. Laswell dan Kaplan juga mengartikan kebijakan publik sebagai *a projected program of goal, value, and practice* atau sesuatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dalam praktek-praktek yang terarah.

Pressman dan Widavsky sebagaimana dikutip Budi Winarno (2002: 17) mendefinisikan kebijakan publik sebagai hipotesis yang mengandung kondisi-kondisi awal dan akibat-akibat yang bias diramalkan. Kebijakan publik itu harus dibedakan dengan bentuk-bentuk kebijakan yang lain misalnya kebijakan swasta. Hal ini dipengaruhi oleh keterlibatan faktor-faktor bukan pemerintah. Robert Eystone sebagaimana dikutip Leo Agustino (2008:6) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “hubungan antara unit pemerintah dengan lingkungannya”. Banyak pihak beranggapan bahwa definisi tersebut masih terlalu luas untuk dipahami, karena apa yang dimaksud dengan kebijakan publik dapat mencakup banyak hal.

Menurut Nugroho, ada dua karakteristik dari kebijakan publik, yaitu: 1) kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah untuk dipahami, karena maknanya adalah hal-hal yang dikerjakan untuk mencapai tujuan nasional; 2) kebijakan publik merupakan sesuatu yang mudah diukur, karena ukurannya jelas yakni sejauh mana kemajuan pencapaian cita-cita sudah ditempuh. Menurut Woll sebagaimana dikutip Tangkilisan (2003:2) menyebutkan bahwa kebijakan publik ialah sejumlah aktivitas pemerintah untuk memecahkan masalah di masyarakat, baik secara langsung maupun melalui berbagai lembaga yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Thomas R Dye sebagaimana dikutip Islamy (2009: 19) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “*is whatever government choose to do or not to do*” (apapun yang dipilih pemerintah untuk

dilakukan atau untuk tidak dilakukan). Definisi ini menekankan bahwa kebijakan publik adalah mengenai perwujudan “tindakan” dan bukan merupakan pernyataan keinginan pemerintah atau pejabat publik semata. Di samping itu pilihan pemerintah untuk tidak melakukan sesuatu juga merupakan kebijakan publik karena mempunyai pengaruh (dampak yang sama dengan pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu).

Terdapat beberapa ahli yang mendefinisikan kebijakan publik sebagai tindakan yang diambil oleh pemerintah dalam merespon suatu krisis atau masalah publik. Begitupun dengan Chandler dan Plano sebagaimana dikutip Tangkilisan (2003: 1) yang menyatakan bahwa kebijakan publik adalah pemanfaatan yang strategis terhadap sumberdaya sumberdaya yang ada untuk memecahkan masalah-masalah publik atau pemerintah. Selanjutnya dikatakan bahwa kebijakan publik merupakan suatu bentuk intervensi yang dilakukan secara terus-menerus oleh pemerintah demi kepentingan kelompok yang kurang beruntung dalam masyarakat agar mereka dapat hidup, dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan secara luas.

3. Usaha Mikro

3.1. Pengertian Usaha

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud. Tentupengertian usaha ini berbeda jika usaha yang dimaksudadalah berada dalam ruang lingkup ilmu tertentu. Pengertian usaha kecil Menurut UU No. 9/1995 menyebutkan bahwa

usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahun serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Menurut Zaharuddin (2010:7) usaha atau juga disebut suatu perusahaan adalah suatu bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu negara.

3.2. Pengertian Usaha Mikro

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah Usaha Mikro Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang

bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah.

3.3. Ciri-ciri usaha mikro

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) ciri-ciri usaha mikro yaitu:

- a. Jenis barang usahanya tidak tetap, dapat berganti pada periode tertentu;
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, dapat berubah sewaktu-waktu;

- c. Belum melaksanakan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha; Sumber daya
 - d. manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa enterpreuner yang memadai;
 - e. Tingkat pendidikan rata-rata relatif rendah;
 - f. Pada umumnya belum akses ke perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
 - g. Umumnya tidak mempunyai izin usaha atau prasyarat legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
3. Peran Usaha Mikro di Indonesia.

4. Covid-19

4.1. Pengertian Covid-19

Coronavirus adalah virus RNA dengan ukuran partikel 120-160 nm. Virus ini utamanya menginfeksi hewan, termasuk di antaranya adalah kelelawar dan unta. Sebelum terjadinya wabah COVID-19, ada 6 jenis *coronavirus* yang dapat menginfeksi manusia, yaitu *alphacoronavirus* 229E, *alphacoronavirus* NL63, *betacoronavirus* OC43, *betacoronavirus* HKU1, *Severe Acute Respiratory Illness Coronavirus* (SARS-CoV), dan *Middle East Respiratory Syndrome Coronavirus* (MERS-CoV). *Coronavirus* yang menjadi etiologi COVID-19 termasuk dalam genus *betacoronavirus*. Hasil analisis *filogenetik* menunjukkan bahwa virus ini masuk dalam subgenus yang sama dengan *coronavirus* yang menyebabkan

wabah *Severe Acute Respiratory Illness* (SARS) pada 2002-2004 silam, yaitu *Sarbecovirus*. Atas dasar ini, *International Committee on Taxonomy of Viruses* mengajukan nama SARS-CoV-2. (Daniel, 2020)

Corona Virus atau sering disebut covid-19 merupakan penyakit yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya, kemunculannya pertama kali diidentifikasi di Wuhan China, yaitu di pasar hewan dan makanan laut di Wuhan, diketahui bahwa virus ini mengganggu saluran pernafasan atau sering dikatakan bahwa penyakit pneumonia baru yang lebih aktif dan belum pernah diidentifikasi sebelumnya. Corona virus diyakini muncul dari pasar hewan di daerah Wuhan karena pasien yang terinfeksi pada awalnya adalah pedagang di pasar tersebut, karena penularannya yang cepat dan aktif maka virus ini sangat cepat menyebar dari manusia ke manusia, sehingga China sebagai negara pertama yang teridentifikasi kasus ini. lambat laun karena pergerakan manusia yang cepat dan berinteraksi dengan satu dan lainnya, virus ini dapat menginfeksi beberapa negara lainnya seperti Amerika, Italy, Jepang, Korea Selatan, Singapura, Malaysia, dan juga tak luput Indonesia dan beberapa negara lainnya. Orang yang terinfeksi virus ini memiliki ciri-ciri gejala gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak napas. Masa inkubasi rata-rata 5-6 hari dengan masa inkubasi terpanjang 14 hari. Pada kasus COVID-19 yang berat dapat menyebabkan pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan bahkan kematian. Tanda-tanda dan gejala klinis yang dilaporkan pada sebagian besar kasus adalah demam,

dengan beberapa kasus mengalami kesulitan bernapas, dan hasil rontgen menunjukkan infiltrat pneumonia luas di kedua paru. Sampai saat ini obat dari virus ini belum ditemukan, namun beberapa peneliti dari berbagai negara sedang mengusahakan dan berlomba lomba untuk menemukan obat dari virus tersebut. (Ciotti et al., 2020)

5. Gerakan Bangga Pakai Produk Buatan Gunungkidul (Gerbang Pak Probo)

Gerbang Pak Probo merupakan akronim dari Gerakan Bangga Pakai Produk Buatan Gunungkidul. Hal tersebut diharapkan menjadi tempat bagi para pelaku usaha kecil dan menengah dalam memasarkan produknya. Gerakan tersebut juga menjadi salah satu upaya mendorong dan mendukung program pemulihan ekonomi di tengah masa pandemi. Pemerintah Kabupaten Gunungkidul resmi meluncurkan sebuah aplikasi bernama Gerbang Pak Probo pada tanggal 15 Juli 2021. Aplikasi ini digadang menjadi solusi bagi pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) yang saat ini seolah terpuruk di gempur pandemi.

Dalam Surat Keputusan Bupati Nomor 279/KPTS/2020 tentang Kegiatan Gerbang Pak Probo menetapkan bahwa kegiatan Gerbang Pak Probo memiliki Tujuan:

1. Mensosialisasikan produk UMKM dan IKM kepada Masyarakat.
2. Membangun jaringan pemasaran produk UMKM dan IKM.
3. Meningkatkan omzet penjualan produk UMKM dan IKM.

Bentuk kegiatan tersebut berupa:

1. Kampanye penggunaan dan pembelian produk UMKMd dan IKM Kabupaten Gunungkidul
2. Pembuatan Katalog Digital Produk UMKM dan IKM di Kabupaten Gunungkidul, yang terintegrasi dalam portal laman/website smart city produk lokal.
3. Pembuatan website Gerbang Pak Probo Gunungkidul.
4. Edukasi dan Kurasi Produk UMKM dan IKM.
5. Himbauan untuk penggunaan atau pembelian produk UMKM dan IKM

G. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual tak lain merupakan pemikiran penulis yang akan memaparkan sebuah konsep secara singkat dan jelas. Maka dari itu definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Inovasi

Inovasi merupakan suatu ide atau pemikiran yang baru untuk melakukan suatu perubahan dan meningkatkan kegiatan agar menjadi suatu terobosan dalam kompetisi di era globalisasi, agar suatu organisasi atau kelompok tersebut dapat maju dan tidak tertinggal dengan kelompok lainnya.

2. Kebijakan Publik

Berdasarkan pendapat berbagai ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik adalah serangkaian tindakan yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah yang berorientasi pada tujuan tertentu guna memecahkan masalah-masalah publik atau demi kepentingan publik.

3. Usaha Mikro

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional.

4. Covid-19

Covid-19 atau *Corona Virus Disease* merupakan suatu penyakit yang menyerang paru-paru atau pneumonia baru yang penyebarannya sangat cepat melalui udara dan kontak fisik para pelaku yang terinfeksi virus tersebut.

5. Gerakan Bangga Pakai Produk Buatan Gunungkidul (Gerbang Pak Probo)

Gerakan Bangga Pakai Produk Buatan Gunungkidul (Gerbang Pak Probo) merupakan Inovasi Pemerintah daerah Kabupaten Gunungkidul yang berupa *market place* untuk meningkatkan pendapatan UMKM dan mengiklankan potensi lokal.

H. Definisi Oprasional

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan dari beberapa variabel yang akan diteliti beserta dimensi atau indikator – indikator pendukungnya.

Berdasarkan Pedoman Umum Inovasi Administrasi Negara (2015), inovasi memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Kebaruan

Memiliki arti bahwa sebuah produk atau hal belum atau tidak pernah ada dan pernah dilakukan. Sesuatu yang belum pernah ada ini memiliki tujuan sebagai bentuk perubahan, tentunya menuju ke perubahan yang lebih baik.

2. Kemanfaatan

Perubahan yang lebih baik menjadi syarat utama adanya sebuah inovasi. Oleh karena itu, perubahan ini tentunya harus memberikan kemanfaatan.

3. Memberi Solusi

Inovasi yang telah diinisiasi sebagai sebuah perubahan diharapkan mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

4. Keberlanjutan

Inovasi yang berjalan diharapkan dapat berlaku berkesinambungan. Artinya inovasi yang ada tidak boleh berhenti pada satu titik. Perlu keberlanjutan mengenai jalannya inovasi tersebut.

5. Dapat direplikasikan

Inovasi yang berhasil merupakan sebuah inovasi yang dapat direplikasi, dalam hal ini replikasi merupakan sebuah percontohan atau peniruan oleh pihak lain sebagian atau keseluruhan sebuah produk atau system.

6. **Kompatibilitas**

Inovasi harus kompatibel dengan lingkungan atau kesesuaian dengan system diluar dirinya (tidak membentuk, melanggar system yang ada) yaitu harmonis/sesuai dengan kebijakan, kesepakatan/perjanjian domestic dan luar negeri baik privat dan *civil society* serta antar Negara pada tingkat lokal, nasional, regional dan global.

I. **Kerangka Berpikir**



- **Inovasi "Gerbang Pak Probo" sebagai X1 merupakan Variabel Independen**
- **Pendapatan UMKM sebagai Y1 merupakan Variabel Dependen**

Inovasi "Gerbang Pak Probo" cenderung berhubungan dengan pendapatan UMKM yang ada di Kecamatan Wonosari, Gunungkidul, karena inovasi "Gerbang Pak Probo" merupakan suatu inovasi teknologi yang berhubungan dengan pemasaran produk-produk UMKM yang ada di Gunungkidul. Hal ini tentunya berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM tersebut maka dari itu

dengan adanya Inovasi “Gerbang Pak Probo” menjadi langkah pemerintah yang peduli dengan jalannya UMKM di Gunungkidul. Hal ini di dukung penelitian yang dilakukan oleh Encep Saefullah, dkk yang berjudul “*Inovasi Dan Pengembangan UMKM Emping Melinjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan Optimalisasi Media Pemasaran Dan Alat Produksi*” yang memiliki hasil positif signifikan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

HI: Inovasi “Gerbang Pak Probo” berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM

J. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram (2008: 149). Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan meneliti populasi kemudian pengambilan sampel yang dilakukan secara random, dan dalam mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian kemudian menghasilkan analisis data yang bersifat statistic (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif akan menggambarkan kejadian atau masalah di lapangan yaitu Pengaruh sebuah Inovasi “Gerbang Pak Probo” terhadap Pendapatan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Wonosari, Gunungkidul. Peneliti akan mengumpulkan data menggunakan instrument kuesioner kemudian dilanjut dengan analisis data sehingga akan menjawab dari rumusan masalah terkait Pengaruh inovasi “Gerbang Pak Probo” terhadap Pendapatan UMKM di masa Covid-19 di Wonosari, Gunungkidul. Peneliti memilih menggunakan metode kuantitatif karena dirasa dapat menjawab rumusan masalah dan sesuai dengan tujuan penelitian yang peneliti jabarkan. Penelitian ini bukan hanya untuk memperoleh pemahaman yang mendalam secara diskriptif atas realitas social yang terjadi, sehingga metode kuantitatif dirasa cocok untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan lokasi dalam penelitian ini dikarenakan Gunungkidul memiliki UMR terendah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan UMKM menjadi salah satu penyambung hidup masyarakat Gunungkidul dalam memenuhi kebutuhannya, terlebih lagi sector pariwisata yang menjadi salah satu pendapatan terbesar di Gunungkidul yang terdampak dengan adanya

Covid-19 menjadikan surutnya arus wisata sehingga UMKM banyak terdampak dengan adanya hal tersebut.

c. Populasi dan sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016:135). Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh UMKM di Kabupaten Gunungkidul yang masuk dan ikut andil dalam website <https://gerbangpakprobo.id/> untuk mempromosikan produknya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2015:73). Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM di Kecamatan Wonosari yang terdaftar dalam website <https://gerbangpakprobo.id/> yang turut ikut serta menggunakan website tersebut sebagai media promosi produknya.

Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sekaran & Bougie, 2017). Jenis teknik *non*

probability yang digunakan yaitu jenis *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja, peneliti dapat menentukan sendiri sampel yang diambil karena pertimbangan tertentu (Sekaran & Bougie, 2017). Dengan menggunakan teknik tersebut pada penelitian ini, peneliti telah menentukan dan menyaring 31 UMKM sebagai responden dalam penelitian ini, dikarenakan penelitian ini memfokuskan pada Kecamatan Wonosari, dan dalam *website* gerbang pak probo terdapat 72 UMKM dan 31 diantaranya merupakan UMKM yang beralamat di Kecamatan Wonosari, sehingga pada penelitian ini mendapatkan sampel atau responden sebesar 31 responden.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dipakai dalam penelitian bisa menggunakan beberapa cara dengan tipe seperti :

1. Data Primer

Menurut Uma Sekaran (2011) data primer adalah data informasi yang berhubungan dengan variable minat yang bertujuan untuk studi dimana data primer ini didapatkan dari wawancara dengan perseorangan maupun kelompok focus bahkan dari sumber internet apabila kuesioner dibagikan di internet. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, yang merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden atau sumber data oleh peneliti terkait dengan variabel yang diteliti (Sekaran & Bougie, 2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni melalui survei dengan penyebaran kuisoner

pada responden yang berupa pernyataan kepada responden terkait dengan pengaruh inovasi “Gerbang Pak Probo” terhadap Pendapatan UMKM di masa Pandemi Covid-19 di Wonosari, Gunungkidul tahun 2020. Data Primer yang digunakan dalam penelitian ini seperti :

a) Kuisisioner

Menurut Sugiono (2013:142), kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner lebih efisien dalam teknik pengumpulan data yang respondennya cukup besar dan tersebar di beberapa wilayah. Dalam penelitian ini penggunaan kuisisioner ditujukan kepada para sampel dari pelaku UMKM yang masuk dan ikut dalam inovasi “Gerbang Pak Probo” di kawasan Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan hasil data dari beberapa sumber data dan literature pendukung untuk memenuhi informasi yang diperlukan penelitian. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2008:402). Misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Jadi data tersebut bukanlah data yang sudah di peroleh oleh peneliti lain atau dari berbagai sumber lain seperti studi literatur yang dilakukan

terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatancatatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet (Sugiyono, 2011). Adapun jenis data sekunder yang dimaksud adalah :

a. Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2014:145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap responden guna memperkuat data yang dibutuhkan.

b. Dokumentasi/kepuustakaan

Dalam penelitian ini data dokumentasi digunakan sebagai data pendukung yang dapat memperkuat hasil penelitian guna menunjukkan kebenaran data selama penelitian dilakukan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini seperti data UMKM, Usia responden, pekerjaan, tingkat pendidikan.

e. **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah uji korelasi *Pearson's Product Moment*. Teknik ini merupakan teknik statistic parametric yang menggunakan dua interval atau rasio dengan

persyaratan tertentu (Riduwan dan Akdon,2005). Syarat-syarat untuk menggunakan statistic parametric adalah kedua variable penelitian menggunakan data interval atau rasio, data berdistribusi normal, jumlah data (sample) lebih besar dari 30 (Santoso,2001). Dalam penelitian ini, data yang akan diolah diasumsikan memenuhi syarat-syarat penggunaan *Pearson's Product Moment* sehingga cara ini adalah teknik analisa yang tepat dan juga merupakan teknik paling stabil dengan tingkat kesalahan paling kecil.

Alat yang digunakan dalam teknik analisis ini adalah SPSS. SPSS menurut Jonathan Sarwono (2006:1) bahwa SPSS (Statistical Product and Service Solution adalah program aplikasi yang digunakan untuk melakukan per hitungan statistik dengan menggunakan komputer. Kelebihan dari program ini yaitu kita bisa melakukan per hitungan statistik secara cepat dari yang sederhana hingga yang rumit, yang jika dilakukan secara manual akan memerlukan waktu yang lebih lan.

Dalam penelitian ini penulis melakukan reduksi serta memadukan data yang didapatkan dari sumber – sumber penelitian terdahulu, hasil kuisisioner, observasi, dan dokumen – dokumen pendukung lainnya. Reduksi ini akan dilakukan oleh penulis secara terus menerus hingga mampu mencapai kesimpulan yang dapat diverifikasi.