

**DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENJUALAN MASKER  
DAN *HAND SANITIZER* DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam  
Negeri Palopo dalam rangka penyelesaian studi Jenjang sarjana pada program  
Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**WENTI ATIKA SARI**

18 0403 0029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

**DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENJUALAN MASKER  
DAN *HAND SANITIZER* DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam  
Negeri Palopo untuk Melakukan Penelitian Skripsi dalam rangka penyelesaian  
studi Jenjang sarjana pada program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**WENTI ATIKA SARI**  
18 0403 0029

**Pembimbing:**

**Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wenti Atika Sari  
Nim : 18 0403 0029  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

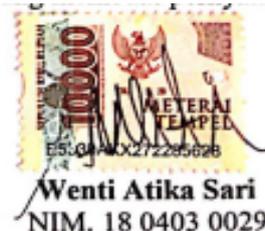
Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Selagi kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 Juni 2022  
Yang membuat pernyataan

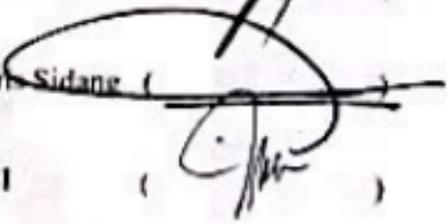
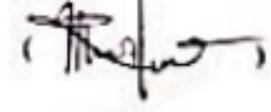


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Dampak Covid 19 terhadap Penjualan Masker dan Hand Sanitizer di kota Palopo yang ditulis oleh Wenti Etika Sari Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0403 0029, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 19 Oktober 2022 bertepatan dengan 23 Rabiul awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 19 Oktober 2022

### TIM PENGUJI

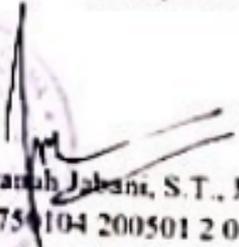
- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H.                | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (  )  |
| 3. Mujahidin, Lc., M.EI.                 | Penguji I         | (  ) |
| 4. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M.   | Penguji II        | (  ) |
| 5. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd.    | Pembimbing        | (  ) |

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. Takdir, S.H., M.H.  
NIP. 19790724 200312 1 002

Ketua Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah

  
Muzayyanah Jabani, S.T., M.M.  
NIP. 19751104 200501 2 003

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
وَ الْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Masker Dan *Hand Sanitizer* Di Kota Palopo”** setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi manajemen bisnis syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Teristimewa kepada orangtua tercinta, bapak saya Sanusi dan Ibu saya Suwarsih yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh

kasih sayang hingga dewasa, memberikan pengorbanan yang tiada batas dan senantiasa memberikan dorongan dan doa.

2. Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) palopo beserta Wakil Rektor I,II, III,IAIN Palopo.
3. Dr. Hj. Ramlah M, M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
4. Muzayyanah Jabani, ST,. M.M, selaku Ketua Program Studi Manejemen Bisnis Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
5. Nurul khairani Abduh, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing saya yang telah membimbing saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Muh Shadri Kahar Muang , S.E., M.Pd. selaku dosen penguji II yang memberikan kritikan serta arahan dan penguji I Mujahidin ,Lc., M.EI yang telah memberi arahan dan masukan kepada saya untuk penyelesaian skripsi ini
7. Dr. Takdir ,M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Madehang,.S.Ag.,M.Pd. selaku pimpinan perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang

telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

10. Kepada teman-teman mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah 2018 terkhusus yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

11. Kepada semua teman seperjuangan penulis di Manajemen Bisnis Syariah khususnya pada kelas MBS A, yang selalu membantu penulis selama kuliah dan selalu memberikan saran, masukan dan pelajaran hidup yang nantinya akan dikenang. Terima kasih teman-teman, semoga kita sukses semua.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan sumbangsih kepada penulis selama kuliah hingga penulisan skripsi.

Palopo, 14 Juni 2022

**Wenti Atika Sari**

# PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

## A. Transliterasi Arab-Latin

### 1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Te
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim.	J	Je
ح	Ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha.	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal.	Ž.	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S.	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D.	de (dengan titik bawah)

ط	Ta	T	te (dengan titik bawah).
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah).
ع	'ain	'	apstrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf.	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (^).

## 2. Vocal

Vocal Bahasa arab, seperti vocal Bahasa Indonesia , terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong. Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tan da	Nama	Huruf Latin	Na ma
ا	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِ	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
اِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كيف : *kaifa*

هل هو : *haua*

## 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
-------------------	------	-----------------	------

ا	<i>Fathah</i> dan alif atau ya'	A	a garis di atas
ا	<i>Kasrah</i> dan ya'	I	i garis di atas
ا ؤ	<i>Dammah</i> dan wau	U	u garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

#### 4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

#### 5. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجِّينَا : *najjāīnā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعِمُّ : *nu‘īma*

عُدُوُّ : *‘aduwwun*

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

الْأَنْوَاءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fi Zilal al-Qur'an*

*Al-Sunnah qabl al-tadwin*

*Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab*

## 9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata ,Allah' yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz *al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Ṣyahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur’ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazāfī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

## 11. Daftar singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Swt.	= <i>subhanahu wa ta`ala</i>
Saw.	= <i>shallallahu `alaihi wa sallam</i>
as	= <i>`alaihi as-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
Qs.../...4	= QS al-Baqarah /2:4 atau QS
Ali-`Imran/3:4 HR	= Hadis..Riwayat

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>I</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xxii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
B. Landasan Teori.....	7
C. Kerangka Pikir.....	19
D. Hipotesis.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
C. Definisi Operasional.....	22
D. Populasi dan Sampel.....	23
E. Instrumen Penelitian.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data .....	26
G. Teknik Analisis Data .....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>32</b>
A. Hasil Penelitian.....	32
B. Pembahasan.....	49
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>51</b>
A. Simpulan.....	51
B. Saran.....	51

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Surah Al-Taubah ayat 126..... 9



## DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Wabah Penyakit ..... 9



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas .....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Linearitas .....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser .....	47
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	49



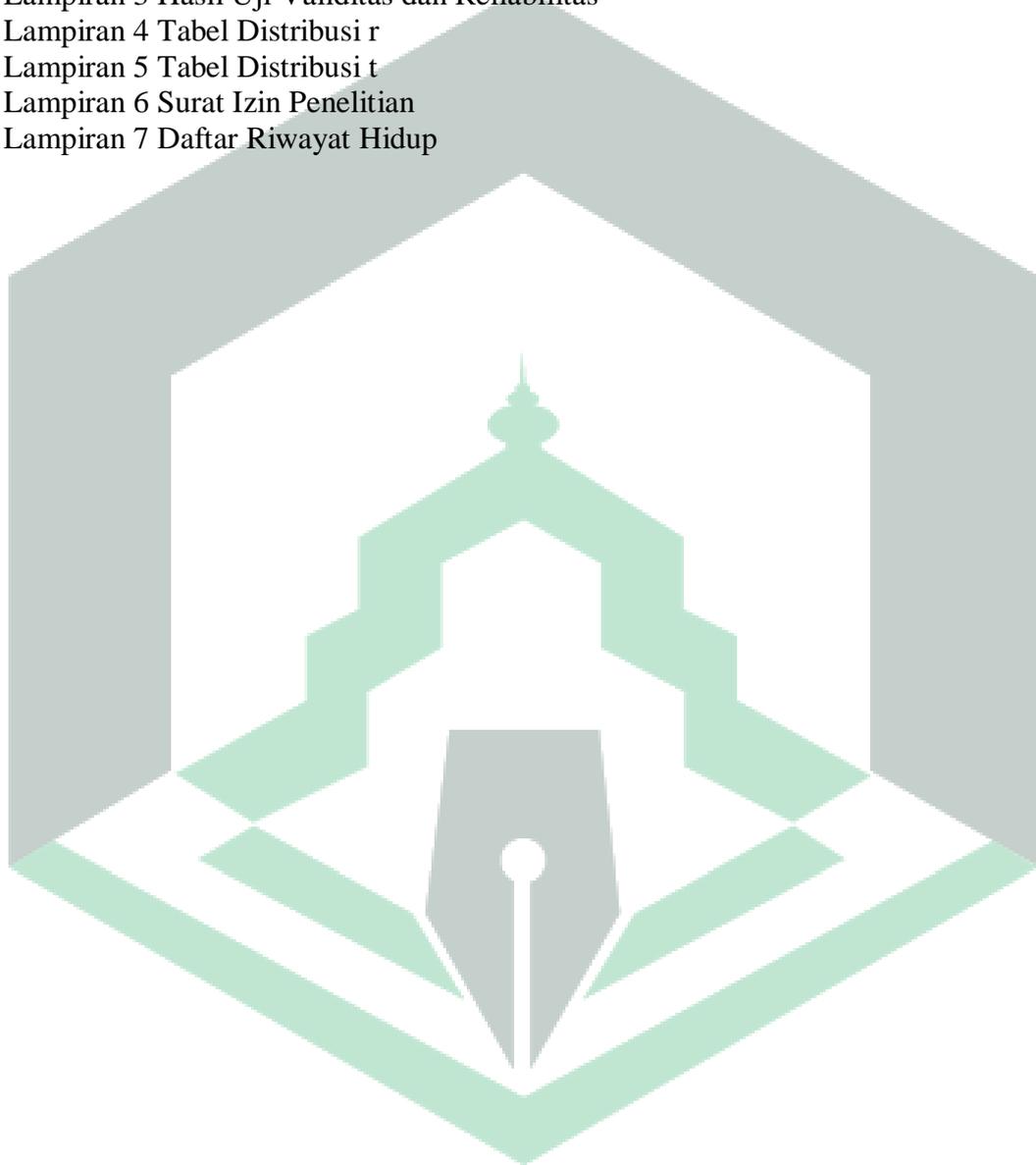
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	46



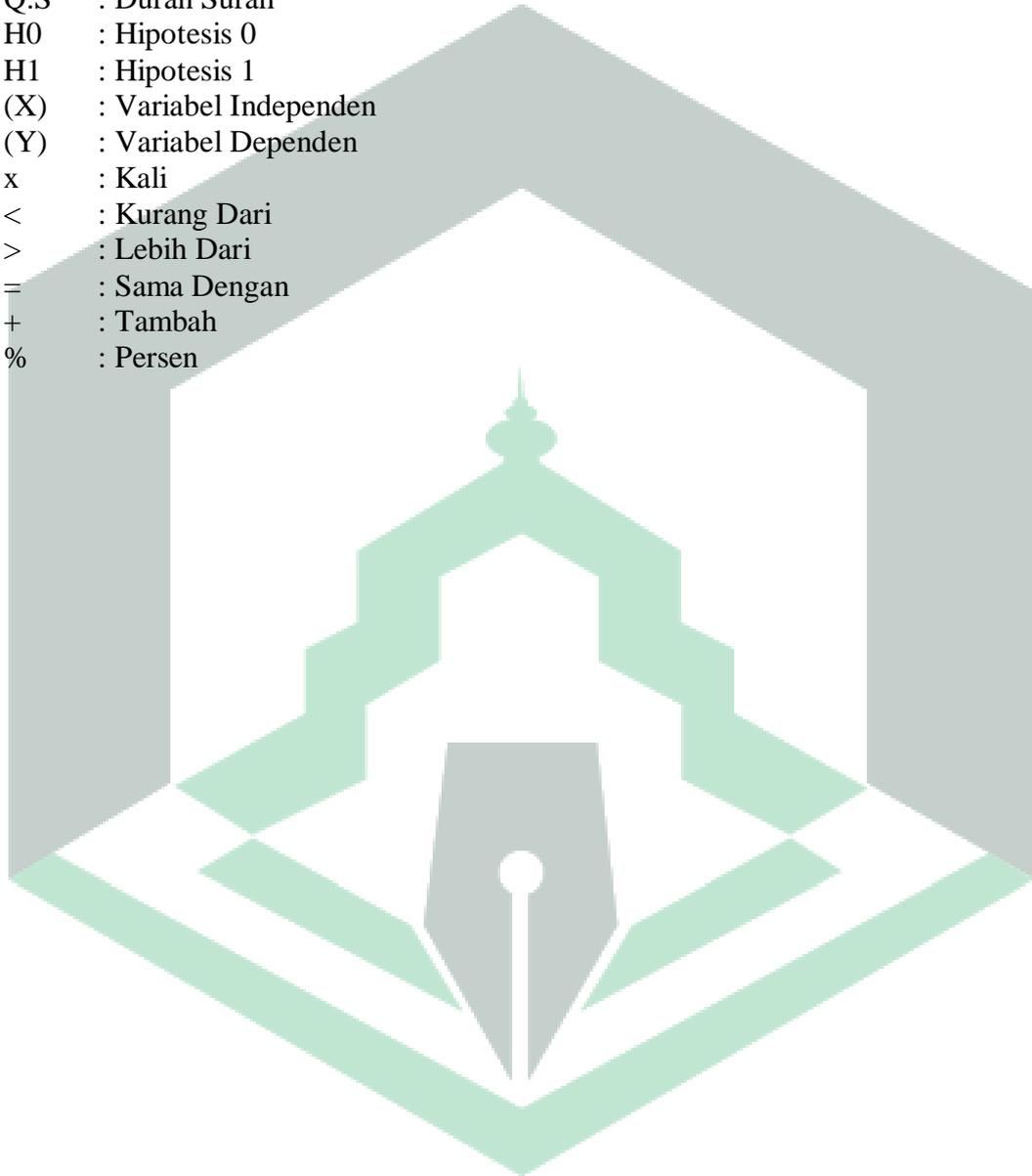
## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Tabel Distribusi  $r$
- Lampiran 5 Tabel Distribusi  $t$
- Lampiran 6 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup



## DAFTAR ISTILAH

SPSS	: <i>Statistical Package Of Social Science</i>
Q.S	: Duran Surah
H0	: Hipotesis 0
H1	: Hipotesis 1
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
x	: Kali
<	: Kurang Dari
>	: Lebih Dari
=	: Sama Dengan
+	: Tambah
%	: Persen



## ABSTRAK

**Wenti Atika Sari, 2022.** "Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Masker Dan *Hand Sanitizer* Di Kota Palopo". Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Nurul Khairani Abduh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak covid-19 terhadap penjualan masker dan *hand sanitizer* Di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner yang disebar dengan populasi pedagang masker dan *hand sanitizer* di Kota Palopo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan bertemu secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan bantuan *software* SPSS versi 20. Berdasarkan uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa variabel covid-19 berpengaruh secara parsial terhadap variabel penjualan masker dan *hand sanitizer*. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,543, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel covid-19 secara simultan terhadap variabel penjualan masker dan *hand sanitizer* adalah sebesar 94,7%.

**Kata Kunci:** covid-19, *hand sanitizer*, penjual masker

## ABSTRACT

**Wenti Atika Sari, 2022.** "The Impact of Covid-19 on the Sales of Masks and Hand Sanitizers in Palopo City". Thesis of Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Nurul Khairani Abduh

This study aims to determine the impact of COVID-19 on the sale of masks and hand sanitizers in Palopo City. This study uses quantitative methods. The data collection technique in this study used a questionnaire that was distributed to the population of mask and hand sanitizer traders in Palopo City. The sampling technique used was accidental sampling by meeting by chance/incidental meeting with the researcher who could be used as a sample if the person who happened to be met was suitable as a data source. The research method used is simple regression analysis with the help of SPSS version 20 software. Based on the t-test (partial test) it shows that the covid-19 variable has a partial effect on the sales of masks and hand sanitizers. The value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.543, this means that the effect of the Covid-19 variable simultaneously on the sales of masks and hand sanitizers is 94.7%.

**Keywords:** covid-19, hand sanitizer, seller of masks

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

*World Health Organization* (WHO) pada tanggal 31 Desember 2019 memaparkan laporan kasus yang terjadi di negara China tentang Pneumonia yang belum diketahui etiologi atau penyebab dari kejadian tersebut. Secara spesifik, kejadian tersebut terjadi di Kota Wuhan yang terletak di Provinsi Hubei Negara China. Kronologi berikutnya, setelah 7 (tujuh) hari, jenis baru dari Coronavirus diidentifikasi oleh China sebagai penyebab adanya kasus pneumonia baru tersebut. Pada awal tahun 2020 mulai terjadi pandemi global dan menjadi masalah kesehatan di beberapa negara di luar RRC.<sup>1</sup>

Pandemi Covid-19 melanda Indonesia sejak Maret 2020. Berdasarkan data dari *World Health Organization* (2020), Indonesia sudah mulai terpapar oleh virus corona sebanyak 172 orang dengan jumlah kematian sebanyak 55 orang per tanggal 17 Maret 2020. Langkah-langkah telah dilakukan oleh pemerintah untuk dapat menyelesaikan kasus yang luar biasa ini, salah satunya adalah dengan mensosialisasikan gerakan social distancing. Peran anggota masyarakat sangat dibutuhkan sebagai upaya untuk melawan Covid-19, memutus mata rantai penyebaran virus Corona dengan melakukan *social distancing* (menjaga jarak), *lockdown*, karantina wilayah, tetap menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungan,

---

<sup>1</sup>Devi Fitria Wilandari, "Sosialisasi Cara Pemakaian Masker dan Hand Sanitizer yang Baik Sebagai Upaya Memutus Mata Rantai Penyebaran Covid-19 di Rumah Pintarkomplek Griya Asri Pamulang", *Jurnal Lokabmas Kreatif* 3, No. 1 (2021).

penyediaan Alat Pelindung Diri (APD). Hal yang paling sederhana dan paling efektif menekan dan memutus mata rantai penyebaran Covid-19 adalah untuk tetap di rumah saja, menjaga jarak jika berada di tempat umum atau keramaian, menggunakan masker, mencuci tangan, menggunakan hand sanitizer dan istirahat yang cukup agar kekebalan tubuh tetap terjaga dengan baik.<sup>2</sup>

Salah satu dampak adanya Covid-19 di Indonesia yaitu terhadap sektor pemasaran. Perubahan perilaku masyarakat dalam berbelanja telah mengalami perubahan, dari konvensional menjadi belanja online. Perilaku konsumen adalah tindakan yang dimiliki oleh setiap individu dalam proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan barang maupun jasa yang dipengaruhi lingkungan. Hal tersebut dilakukan dalam upaya mencegah penularan Covid-19. Maraknya produsen beralih dari konvensional menjadi online adalah salah satu strategi untuk bangkit dari keterpurukan akibat pandemi ini. Sebuah studi mengenai konsumen adalah sebuah pondasi yang penting untuk menerapkan manajemen pemasaran agar dapat menentukan segmen pasar. Adanya pendapat tersebut maka, konsumen merupakan perhatian sebuah pemasaran yang bertujuan untuk mengetahui aspek yang ada pada konsumen sehingga terwujud kebijakan pemasaran.<sup>3</sup>

Dengan adanya pandemi Covid-19 ini tentunya kebutuhan konsumen terhadap produk – produk yang bisa mencegah dan melindungi diri mereka dari penularan Covid-19, diantaranya yaitu suplemen vitamin, minuman kesehatan, hand sanitizer dan masker. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku

---

<sup>2</sup> Ervianingsih, “Pencegahan COVID-19 dengan Pembuatan dan Pembagian Hand Sanitizer di Universitas Muhammadiyah Palopo”, *Jurnal INDRA* 1, No. 3 (2021).

<sup>3</sup>Khairul Rakhmat Gunawan, “Dampak Covid 19 terhadap Penjualan Masker dan *Hand Sanitizer* di Kabupaten Sumenep”, *Jurnal Eco-Entrepreneurship* 6, No. 1 (2020).

usaha melihat peluang pasar masker dan *hand sanitizer*. Berdasarkan berita di Kompas tanggal 9 April 2020 produsen masker jumlahnya meningkat drastis selama pandemi covid 19 di Indonesia. Kementerian Kesehatan mencatat angkanya melonjak hingga 200%. Direktur Jenderal Kefarmasian dan Alat Kesehatan (Dirjen Farmalkes) Kementerian Kesehatan (Kemenkes) Engko Sosialine Magdalene menjelaskan sebelum adanya wabah virus Corona, jumlah produsen masker hanya 26. Kini yang sudah mendapatkan izin menjadi 83 produsen.<sup>4</sup>

Sejak kasus pertama Covid-19 di Indonesia diumumkan, masyarakat berbondong-bondong membeli masker. Sebab, salah satu antisipasi yang mudah dilakukan masyarakat adalah menggunakan masker. Masyarakat bahkan sudah ramai-ramai membeli masker sejak sebelum kasus perdana Covid-19 di Indonesia diumumkan, mengingat virus itu pertama kali ditemukan di Wuhan, China, pada Desember 2019, kemudian mewabah di banyak negara. Harga masker kemudian meroket, sempat melonjak dua kali lipat. Harga standar Rp 225.000 per boks namun naik hingga Rp 500.000 per boks isinya 20. Masker biasa juga sudah stok terakhir, karena masker N95 habis, jadinya beli masker biasa. Sebelumnya orang beli kartonan, sekarang paling per boks saja.

Selain masker, harga hand sanitizer di online shop atau toko online juga tak wajar. Harga sejumlah merek hand sanitizer melambung tinggi di beberapa platform e-commerce. Hand sanitizer yang biasanya dijual belasan ribu rupiah, naik menjadi Rp 49.000 sampai Rp 70.000.

---

<sup>4</sup>Khairul Rakhmat Gunawan, "Dampak Covid 19 terhadap Penjualan Masker dan *Hand Sanitizer* di Kabupaten Sumenep", *Jurnal Eco-Entrepreneurship* 6, No. 1 (2020).

Penjualan masker pada saat awal pandemi 2 tahun yang lalu sangatlah mengalami kenaikan yang sangat tinggi dimana mereka bisa memproduksi ribuan dalam satu harinya. Hal ini dikarenakan pemerintah menghimbau kepada masyarakat supaya wajib menggunakan masker pada saat keluar rumah. Namun di tahun 2022 ini harga masker dan hand sanitizer mengalami penurunan. Hal ini disebabkan sudah banyaknya beredar berbagai macam jenis masker di pasaran, salah satunya masker yang terbuat dari kain yang memiliki harga jual lebih murah.

Berpijak pada latar belakang yang ada, maka penelitian ini fokus terhadap penjualan masker dan hand sanitizer di Kota Palopo. Dengan analisis kritis diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran terhadap objek yang akan diteliti sehingga akan dijadikan pijakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian “Dampak Covid-19 terhadap Penjualan Masker dan *Hand Sanitizer* di Kota Palopo”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis mengajukan rumusan masalah yaitu bagaimana dampak Covid-19 terhadap penjualan masker dan *hand sanitizer* di Kota Palopo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dampak Covid-19 terhadap penjualan masker dan *hand sanitizer* di Kota Palopo.

## **D. Manfaat Penelitian**

### a. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi serta tambahan referensi dalam bidang ilmu manajemen bisnis syariah terkait dampak Covid-19 terhadap penjualan masker dan *hand sanitizer*.

#### 1) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu penulis dan mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat selama kuliah.

#### 2) Bagi Fakultas

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan pembandingan bagi pembaca yang melakukan penelitian.

### b. Manfaat Praktis

Kegunaan praktis, dalam penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan tentang upaya peningkatan penjualan masker dan *hand sanitizer* selama pandemi Covid-19.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian pendahuluan diperlukan dalam penelitian. Dengan bantuan penelitian sebelumnya, seseorang dapat melihat pro dan kontra antara penulis dan penulis sebelumnya dalam berbagai teori, konsep yang penulis gunakan dalam masalah terkait penelitian. Penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

**Tabel. 2.1**

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Lingga Yuliana (2020)	Dampak Kondisi Pandemi Di Indonesia Terhadap Trend Penjualan (Studi Kasus Pada Pd. Sumber Jaya Aluminium).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola data penjualan PD. Sumber Jaya Aluminium selama periode Desember 2019 hingga April 2020 memiliki pola penjualan trend yang cenderung turun. Berdasarkan pengolahan dengan dengan <i>Analytic Network Process</i> (ANP), Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menjadi permasalahan turunnya penjualan perusahaan yang menyebabkan terhentinya operasional perusahaan. Kemudian diikuti dengan ketidaktersediaan bahan baku, penuruanan

			permintaan dan efek panic buying. <sup>5</sup>
2	Khairul Rakhmat Gunawan (2020)	Dampak covid 19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer di Kabupaten Sumenep.	Hasil penelitian bahwa masker kain dengan motif gambar lebih banyak diminati oleh warga Ds. Batuan, Kec. Batuan Sumenep. <sup>6</sup>
3	Agnes Felicia Amarah Farah Tahar Fadil Permana Marcella Emilia M. Aththar Faris M. Farhan Haris.	Peluang Bisnis Usaha Masker Kain Dan Hand Sanitizer.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mengembangkan bisnis strategi daripada Masker Kain dan Hand sanitizer terkait dengan kualitas daripada produk berdasarkan harga yang diberikan di pasar. Rencana bisnis ini menjelaskan bagaimana rumah produksi ini dikembangkan, menghasilkan pendapatan, kualitas produk dan citra daripada perusahaan itu tersendiri. Diharapkan bisnis itu dapat berkembang dan terus berjalan selama 5 tahun kedepan. Rencana pengembangan bisnis ini menunjukkan bisnis itu pengembangan menguntungkan dan layak untuk dijalankan. <sup>7</sup>
	Novi Eka Arifning tias dan Dwi	Implementasi Pembuatan Masker Dan Hand Sanitizer Sebagai Upaya Pencegahan	Dampak dari pandemi covid 19 ini tidak hanya pada perekonomian saja, namun banyak juga yang mendapatkan PHK, dan

<sup>5</sup>Yuliana, Lingga. "Dampak Kondisi Pandemi di Indonesia terhadap Trend Penjualan (Studi Kasus pada PD. Sumber Jaya Aluminium)." *JRB-Jurnal Riset Bisnis* 4.1 (2020): 27-38.

<sup>6</sup>Gunawan, Khairul Rakhmat. "Dampak covid 19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer di kabupaten sumenep." *Eco-Entrepreneur* 6.1 (2020): 25-33.

<sup>7</sup>Felicia, Agnes, et al. "Peluang Bisnis Usaha Masker Kain dan Hand Sanitizer." *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)* 3.3 (2020): 129-134.

Ulfa Nurdahli a.	Penyebaran Covid-19 Di Desa Tulung	pencarian kerja pada masa pandemi sangatlah sulit. Dampak dari pandemi covid 19 ini tidak hanya pada perekonomian saja, namun banyak juga yang mendapatkan PHK, dan pencarian kerja pada masa pandemi sangatlah sulit. Sedangkan tujuan dari pembuatan hand sanitizer dari bahan alami daun sirih dan jeruk nipis untuk memanfaatkan bahan yang ada dan mudah ditemukan di masyarakat Desa Tulung untuk dijadikan hand sanitizer sebab masyarakat desa tulung khususnya pada usia lanjut lebih percaya pada pemanfaatan bahan alami yang memiliki kandungan yang baik tanpa campuran alkohol dari bahan kimia. <sup>8</sup>
Indah Andayani, Maria Veronika, sminingsil dan Wiwit	Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku U MKM Di Masa Pandemi Covid - 19.	Hasil penelitian telah menjelaskan bahwa karakteristik pelaku UMKM kabupaten kediri didominasi oleh pelaku UMKM bidang kuliner.

## B. Landasan Teori

### 1. Pandemi Covid-19

Keadaan di luar prediksi berupa wabah penyakit covid-19 telah memberikan dampak serta pengaruh terhadap berbagai sektor. Perkembangan

<sup>8</sup> Arifningtias, Novi Eka, And Dwi Ulfa Nurdahlia. "Implementasi Pembuatan Masker Dan Hand Sanitizer Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Covid-19 Di Desa Tulung" *Prodimas: Prosiding Pengabdian Masyarakat* 1 (2022): 417-434.

virus dengan cepat menyebar luas di seluruh dunia. Setiap hari data di dunia mengabarkan bertambahnya cakupan dan dampak Covid-19. Dalam tulisan CNBC Indonesia, menyatakan suatu wabah sebagai pandemi artinya WHO memberi alarm pada pemerintah semua negara dunia untuk meningkatkan kesiapsiagaan untuk mencegah maupun menangani wabah. Ini dikarenakan saat sebuah pandemi dinyatakan, artinya ada kemungkinan penyebaran komunitas terjadi. Dalam menentukan suatu wabah sebagai pandemi, WHO tidak memiliki ambang batas dalam jumlah kematian atau infeksi atau juga jumlah negara yang terkena dampak. Ketika kondisi pandemi muncul, negara dan wilayah menghadapi risiko berbeda pada waktu yang berbeda. Untuk alasan itu, negara-negara sangat disarankan untuk mengembangkan penilaian risiko nasional mereka sendiri berdasarkan keadaan lokal, dengan mempertimbangkan informasi yang disediakan oleh penilaian global yang dihasilkan oleh WHO. Oleh karena itu keputusan manajemen risiko oleh negara diharapkan untuk diinformasikan oleh penilaian risiko global, tetapi didasarkan pada penilaian risiko lokal.<sup>9</sup>

Seperti yang disebut di dalam ayat Alquran tentang Wabah Penyakit dan Ujian :

أَوَلَا يَرَوْنَ أَنَّهُمْ يُفْتَنُونَ فِي كُلِّ عَامٍ مَّرَّةً أَوْ مَرَّتَيْنِ ثُمَّ لَا يَتُوبُونَ وَلَا هُمْ يَذَكَّرُونَ

Terjemahannya: “Orang-orang mukmin (bahwa mereka diuji) dicoba (sekali atau dua kali setiap tahun) dengan musim paceklik dan wabah penyakit (kemudian mereka tidak juga bertobat) dari kemunafikannya (dan tidak pula mengambil pelajaran.” (QS At-Taubah: 126)

<sup>9</sup>Lingga Yuliana, “Dampak Kondisi Pandemi di Indonesia terhadap Trend Penjualan (Studi Kasus pada PD. Sumber Jaya Aluminium)”, *Jurnal Riset Bisnis* 4, No. 1 (2020).

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الطَّاعُونَ آيَةُ الرَّجْزِ  
 ابْتَلَى اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ بِهِ نَاسًا مِنْ عِبَادِهِ فَإِذَا سَمِعْتُمْ بِهِ فَلَا  
 تَدْخُلُوا عَلَيْهِ وَإِذَا وَقَعَ بِأَرْضِ وَأَنْتُمْ بِهَا فَلَا تَفِرُّوا مِنْهُ

Artinya: “Rasulullah SAW bersabda: ‘Tha’un (wabah penyakit menular) adalah suatu peringatan dari Allah SWT untuk menguji hamba-hambanya dari kalangan manusia.

Maka apabila kamu mendengar penyakit itu berjangkit di suatu negeri, janganlah kamu masuk ke negeri itu. Dan apabila wabah itu berjangkit di negeri tempat kamu berada, jangan pula kamu lari daripadanya.” (HR Bukhari dan Muslim).

Yuliana mengungkapkan bahwa *Corona Virus Disease* atau yang biasa disebut Covid-19 adalah suatu penyakit yang terinfeksi dari virus yang saja muncul hingga mengakibatkan 90.308 orang di penjuru dunia terinfeksi. Sejak tanggal 2 Maret 2020, Covid-19 ini merupakan penyakit yang dapat menular dari seseorang yang telah terinfeksi yang menjadi penyebabnya yaitu sindrom pernapasan akut corona virus 2 atau SARS-CoV-2. Penyakit Covid-19 ini pertama terjadi di Kota Wuhan Negara China pada bulan Desember akhir tahun 2019. Sejak itulah mulai menyebar ke negara negara lain di belahan dunia hingga mengakibatkan terjadinya pandemi global. Gejala awal terinfeksi virus Covid-19 ini adalah mulai timbulnya demam, panas tinggi, batuk, kesulitan bernafas, lemas hingga yang terparah tidak sadarkan diri. WHO menjelaskan bahwa, ketika seseorang menderita/ terinfeksi Covid-19 batuk, bernapas ataupun mengeluarkan cairan dari hidung ataupun mulutnya, maka cairan ataupun tetesan yang dikeluarkan tersebut mengandung virus

Covid-19 yang dapat menular ke orang lain jika orang tersebut menyentuh tetesan atau cairan dari orang yang terinfeksi, kemudian seseorang itu memegang mulut, mata ataupun hidungnya, maka dia akan terinfeksi virus Covid-19, penularannya melalui proses seperti itu. Biasanya tetesan itu jatuh di permukaan suatu benda yang berada di dekatnya atau disekelilingnya misalnya terjatuh meja, kursi, peralatan makan, handphone, komputer serta benda benda lainnya. Jadi apabila seseorang yang terinfeksi virus Covid-19 berada didekat anda dengan jarak 1 meter, maka kemungkinan anda tertular virus covid sangat besar, anda dapat tertular dari hembusan nafasnya ataupun tetesan cairan jika dia batuk.<sup>10</sup>

Maka dari itu, pemakaian masker dan *handsanitizer* dirasakan menjadi salah satu usaha untuk mengurangi resiko penularan virus Covid-19. Pemerintah juga menganjurkan kepada seluruh lapisan masyarakat untuk memakai masker jika berada diluar rumah.

## **2. Teori Penjualan**

### **a. Pengertian Penjualan**

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).

---

<sup>10</sup>Yuliana, "Corona Virus Diseases: Sebuah Tinjauan Literatur", *Jurnal Kesehatan*

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.<sup>11</sup>

#### b. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

- 1) Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk- produk yang lebih menguntungkan.
- 2) Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu

---

<sup>11</sup> Assauri, Sofjan *Manajemen Pemasaran* edisi pertama, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 23.

berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.<sup>12</sup>

### 3. Konsep Harga

#### a. Pengertian Harga

Harga adalah perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang dipertukarkan. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, semakin tinggi nilai tukar dari barang atau jasa tersebut. Selain itu harga dapat diartikan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya.<sup>13</sup>

Harga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran islam selama tidak ada dalil yang melarangnya, dan selama harga tersebut terjadi atas dasar keadilan dan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang.

---

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono dkk, Pemasaran strategi, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), h. 604.

<sup>13</sup> Tim. Reality, Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar, (Jakarta: PT. Reality Publisher 2008), h. 450.

Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran.

Harga juga dapat didefinisikan sebagai nisbah pertukaran barang dengan uang. Dalam masyarakat modern, nilai harga barang tidaklah dinisbahkan kepada barang sejenis tetapi dinisbahkan kepada uang. Dalam ekonomi islam, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Dalam ekonomi bebas, interaksi permintaan dan penawaranlah yang menentukan harga. Peningkatan permintaan terhadap suatu komoditi cenderung menaikkan harga dan mendorong produsen untuk memproduksi barang-barang lebih banyak. Masalah kenaikan harga timbul karena ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran. Ketidaksesuaian itu terjadi karena adanya persaingan tidak sempurna di pasar. Persaingan menjadi tidak sempurna apabila jumlah penjual dibatasi atau terjadi perbedaan hasil produksi.

#### b. Teori Harga

Teori harga atau *price theory* adalah teori yang menjelaskan bagaimana harga barang di pasar terbentuk. Pada dasarnya harga suatu barang ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran atas barang tersebut, sedangkan permintaan dan penawaran atas suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Kemampuan untuk membayar bagi konsumen terhadap suatu barang secara spesifik bisa ditampilkan dengan fungsi supply. Fungsi

permintaan terhadap suatu barang mengandung informasi elastisitas harga yang digambarkan dengan tepat berdasarkan respon penjualan terhadap perubahan harga. Elastisitas harga merupakan informasi yang padat untuk merealisasikan strategi pembedaan harga. Jadi, perusahaan memerlukan informasi elastisitas produk untuk menentukan harga produknya. Elastisitas harga menjadi karakteristik atau pola reaksi dari konsumen terhadap perubahan harga.<sup>14</sup>

Menurut Swastha menyatakan bahwa “Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran”. Sedangkan menurut Kotler mengemukakan bahwa “harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen”. Menurut Kotler ada enam faktor yang terpenting dalam menentukan harga:

- 1) Menentukan permintaan
- 2) Menaksir biaya
- 3) Menganalisis biaya
- 4) Menganalisis harga jual
- 5) Menganalisa harga pesaing
- 6) Menentukan harga akhir

---

<sup>14</sup> Rozalinda, Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi., 155

### c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

#### 1) Kenaikan Harga Sebenarnya

Kenaikan harga yang sebenarnya ini bisa terjadinya karena bertambahnya persediaan uang, berkurangnya produktivitas, bertambahnya kemajuan aktivitas, dan berbagai pertimbangan kebijakan fiskal dan moneter.

#### 2) Kenaikan Harga Buatan

Kenaikan harga buatan ini bisa terjadi karena para pengusaha serakah, ada para pengusaha atau pedagang yang sengaja menimbun.

#### 3) Kenaikan Harga Kebutuhan Pokok

Suatu agama yang mengatur dan mengawasi makanan kita dengan maksud menjadikan manusia murni, tidak akan mengabaikan kenaikan harga bahan pangan, karena ini merupakan kebutuhan pokok orang bisa, sebab itu hasil dari bumi harus dijual di pasar sedemikian rupa, sehingga ia dapat dibeli dengan harga murah.

#### 4) Harga Monopoli

Monopolisasi adalah upaya perusahaan atau kelompok perusahaan yang relatif besar dan memiliki posisi dominan untuk mengatur atau meningkatkan kontrol terhadap pasar dengan cara berbagai praktek anti kompetitif seperti penetapan harga yang mematikan dan persaingan yang tertutup. Dengan demikian, jenis pasar yang bersifat monopoli ini hanya terdapat satu penjual. Sehingga harga pada pasar monopoli ini lebih tinggi. Sementara itu praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh

satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan pemasaran atas barang dan jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.<sup>15</sup>

#### **4. Manajemen Pemasaran**

##### **a. Pengertian Pemasaran**

Pada dasarnya manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Hal ini berarti dalam manajemen pemasaran tercakup serangkaian kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan atas barang, jasa dan gagasan dengan tujuan utama kepuasan pihak-pihak yang terlibat.<sup>16</sup>

##### **b. Konsep Pemasaran**

Ada 5 konsep dalam pemasaran di mana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan. Konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- 1) Konsep Produksi, menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi.

---

<sup>15</sup> Mustafa Kamal Rokan, Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia, Ed.1, Cet.ke-2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 149

<sup>16</sup> Sentot Imam Wahjono, Manajemen Pemasaran Bank, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2013), 2.

- 2) Konsep Produk, konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok.
- 3) Konsep Penjualan, konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh.
- 4) Konsep Pemasaran, konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari yang dilakukan pesaing.
- 5) Konsep Pemasaran Masyarakat, menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan keputusan pasar sasaran dan memberikan keputusan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

#### c. Strategi Pemasaran

Dalam dunia industri, strategi dapat diartikan sebagai sebuah rencana dasar dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai tujuannya. Menurut Tjiptono<sup>17</sup>, “Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.”

---

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 221.

Menurut Tjiptono dan Chandra<sup>18</sup>, “Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.” Berdasarkan definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk yang dihasilkan sampai kepada tangan konsumen.

Strategi pemasaran di setiap perusahaan merupakan perencanaan secara keseluruhan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara sendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai dengan karakteristik dan kesanggupan masing-masing perusahaan. Berikut adalah konsep strategi pemasaran:

- 1) Segmentasi Pasar Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satu-satuan pasar yang bersifat homogen.
- 2) Marketing Positioning Tidak ada satupun perusahaan yang benar-benar menguasai seluruh pasar. Itulah mengapa setiap perusahaan harus memilih segmen paling menguntungkan untuk mendapatkan posisi yang kuat dalam pasar.

---

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius, *Pemasaran Strategik*, Edisi kedua, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), 6.

- 3) *Market Entry Strategy*. Strategi perusahaan agar dapat masuk segmen pasar tertentu, dengan cara membeli perusahaan lain atau kerjasama dengan perusahaan lainnya.
- 4) Bauran Pemasaran. Kumpulan beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk memengaruhi konsumen diantaranya : product, price, place, promotion.
- 5) *Timing Strategy*. Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran yang baik, dimana perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan dalam bidang produksi dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.

## 5. Konsep Perilaku Konsumen

### a. Pengertian

Perilaku konsumen merupakan sebuah tindakan seseorang konsumen yang langsung melekat dalam proses penggunaan dan menghabiskan produk atau jasa. Sedangkan Yusuf dalam Dwita<sup>19</sup> menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan suatu proses pembelian pada waktu yang bersamaan dengan konsumen melakukan pencarian, penelitian dan bahkan mengevaluasi sebuah produk yang mereka lihat. Sehingga perilaku konsumen yang mendasari para konsumen untuk membuat keputusan pembelian, dalam perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk juga meliputi harga sebuah produk atau jasa yang mana jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi

---

<sup>19</sup> Lakshita Dwita Purwasono, "Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan terhadap Permintaan Jasa Ojek Online Berbasis Syariah (Studi Mahasiswi S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Brawijaya Malang)", Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2019.

maka para konsumen tidak membutuhkan waktu lama untuk berfikir apakah jadi membelinya atau tidak. Begitu sebaliknya jika harganya terlalu tinggi maka para konsumen akan memerlukan waktu lama untuk berfikir.

Dari banyaknya definisi tentang perilaku konsumen, Erna Ferrinadewi dan Didit Darmawan<sup>20</sup> mencoba merangkum beberapa definisi tersebut menjadi perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari bagaimana dan mengapa para konsumen memilih, membeli, dan mengonsumsi barang, jasa, tempat, gagasan atau pengalaman yang bertujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, termasuk di dalamnya arus informasi dan pengaruh-pengaruh yang melalui proses-proses mental dan sosial sebelum dan sesudahnya.

Bidang dari perilaku konsumen mencakup medan yang luas yaitu suatu studi yang mempelajari proses yang mencakup konsumen atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, ataupun membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Segmentasi dalam perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Usia
- 2) jenis kelamin
- 3) susunan keluarga
- 4) pendapatan dan kelas social
- 5) etnik dan ras
- 6) geografi

---

<sup>20</sup> Erna Ferrinadewi dan Didit Darmawan, *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*, (Yogyakarta: Atmajaya Press, 2004), 26.

7) gaya hidup di luar kependudukan

b. Jenis Perilaku Konsumen

Jenis perilaku konsumen sangatlah bermacam-macam tetapi pada umumnya perilaku konsumen dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Perilaku konsumen yang bersifat rasional merupakan setiap tindakan konsumen yang melakukan suatu pembelian barang atau jasa selalu mengedepankan aspek-aspek konsumsi secara umum seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama atau primer, serta daya guna produk. Ciri-ciri Perilaku konsumen yang bersifat rasional yaitu memilih barang berdasarkan kebutuhan, barang yang dipilih memberikan kegunaan optimal bagi konsumen, memilih barang yang memiliki mutu baik, memilih barang yang harganya sesuai dengan kantong.
- 2) Perilaku konsumen bersifat irrasional. yaitu konsumen yang mudah terbuju oleh rayuan-rayuan yang dilakukan oleh para penjual produk atau jasa tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan. Ciri-ciri konsumen yang bersifat irrasional yaitu konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi baik dari media cetak maupun elektronik, memilih barang bermerk atau branded, memilih barang berdasarkan keinginan saja tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Lestari Dan Rini. "Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, Dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung." (2021).

## 6. Pendapatan

### a. Pengertian

Pendapatan adalah seluruh uang yang diperoleh seseorang dari semua cabang usaha yang telah dilakukannya yang diperhitungkan dari hasil penjualan produk yang mereka lakukan maupun dari hasil jasa yang mereka berikan. Sedangkan Pendapatan hasil adalah sebagian dari pendapatan kotor yang dianggap sebagai bunga dari seluruh modal yang dan dikurangi dengan dengan biaya perusahaan yang dipergunakan untuk mengoperasikan kegiatan produksi untuk menghasilkan suatu produk. Selain itu Winardi mengatakan bahwa pendapatan adalah hasil berupa uang atau material yang dicapai melalui penggunaan barang atau jasa-jasa manusia secara bebas.<sup>22</sup>

Menurut Theodorus M. Tuanakotta dalam buku teori akuntansi “Pendapatan merupakan jumlah uang yang diperoleh suatu perusahaan atas penciptaan barang atau jasa selama suatu kurun waktu tertentu”. Menurut Mulyadi dalam buku sistem akuntansi faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah sebagai berikut:

- 1) Produk Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka merupakan pemberi saran perbaikan yang diperlukan desain produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.
- 2) Harga Jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk dengan akibat dari keluhan para pelanggan.

---

<sup>22</sup> Subandriyo, Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Pendapatan..., 53.

3) Distribusi Prantara barang dari produsen ke konsumen, semakin luas distribusinya maka akan mempengaruhi penjualan promosi.

4) Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar memilih program yang diberikan perusahaan.<sup>23</sup>

b. Macam-Macam Pendapatan

1) Pendapatan berdasarkan hasil yang dicapai, pendapatan ini di bagi lagi menjadi dua yaitu:

a) Pendapatan kotor (*gross income*) adalah pendapatan yang diterima sebelum di kurangi dengan beban usaha.

b) Pendapatan bersih (*net income*) adalah pendapatan yang diterima setelah dikurangi dengan beban usaha.

2) Pendapatan berdasarkan sumber, dalam pendapatan ini juga di bagi menjadi dua, antara lain sebagai berikut:

a) Pendapatan usaha (*operating income*) adalah pendapatan yang diterima dari usaha pokok yang di jalankan.

b) Pendapatan dari luar usaha (*others operating income*) adalah pendapatan yang diterima dari luar usaha yang dilakukan. contohnya pendapatan dari bunga pinjaman atas sejumlah pinjaman yang di ajukan oleh karyawan.

3) Pendapatan berdasarkan jenis usaha, dalam pendapatan ini juga dibagi lagi menjadi dua yaitu:

---

<sup>23</sup> Nainggolan, Edisah Putra, and Shinta Lorenza. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Kulit Kerang Di Kecamatan Teluk Nibung Kota Tanjung Balai." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 2. No. 1(2021).

- a) Pendapatan jasa adalah pendapatan yang diterima dari usaha jasa. Contohnya pendapatan dari usaha servis alat-alat elektronik, cuci baju, salon, pijit dan lain-lain.
- b) Penjualan adalah pendapatan yang diterima dari usaha perdagangan barang. Contohnya menjual makanan, buah dan sayur, alat-alat tulis, matrial dan masih banyak lagi.<sup>24</sup>

c. Sumber Pendapatan

Pendapatan seseorang harus dapat digunakan untuk menentukan tingkat kesejahteraan sebab dengan pendapatan seseorang akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber pendapatan masyarakat terdiri dari:

- 1) Di sektor formal berupa gaji dan upah yang diperoleh secara tetap dan jumlah yang telah ditentukan
- 2) Di sektor informal berupa pendapatan yang bersumber dari perolehan atau penghasilan tambahan seperti: penghasilan dagang, tukang, buruh, dan lain-lain
- 3) Di sektor subsisten merupakan pendapatan yang bersumber dari hasil usaha sendiri berupa tanaman, ternak, kiriman dan pemberian orang lain.

Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan yang berupa uang maupun barang yang diterima, biasanya sebagai balas jasa dari sektor informal. Sumber pendapatan ini berupa:

---

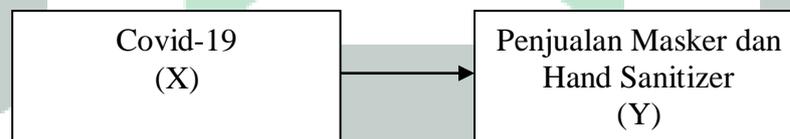
<sup>24</sup> Hantono dan Namira Ufrida Rahmi, *Pengantar Akuntansi*, (Yogyakarta: Deepbulish Publisher, 2018),17.

- 1) Pendapatan dari usaha, meliputi: hasil bersih dari hasil usaha sendiri, komisi dan penjualan
- 2) Pendapatan dari investasi
- 3) Pendapatan dari keuntungan sosial.

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan bersih yang merupakan hasil yang diterima dari jumlah seluruh penerimaan setelah dikurangi pengeluaran biaya operasi. Sementara pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antar pedagang dengan pembeli dalam satu kesepakatan bersama.

### C. Kerangka Pikir

Adapun skema kerangka pikir penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



**Gambar 2.1**

### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang di turunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan penyertaan tentatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta:PT Pustaka Baru), 64.

H<sub>1</sub> : Covid-19 berpengaruh terhadap Penjualan Masker dan Hand Sanitizer di Kota Palopo.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Guna memperoleh hasil penelitian yang akurat, diperlukan pemilahan pendekatan penelitian yang tepat. Pendekatan penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Fokus dari penelitian deskriptif adalah data-data yang berupa kata-kata maupun kegiatan dari perilaku orang-orang yang bersifat *observable* (dapat diamati), serta data-data numerik sederhana terkait dengan pre-test, post-test maupun analisa data yang didapat dari observasi di lapangan. Pendekatan kuantitatif yang tepat digunakan dalam menjelaskan dan menganalisa data numerik sederhana yang mendukung dalam hasil pengamatan dan kegiatan turun lapangan, terkait dengan dampak Covid-19 terhadap penjualan masker dan *hand sanitizer* di Kota Palopo sesuai dengan topik yang penulis ambil dalam penelitian.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penetapan lokasi penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Adapun lokasi dalam penelitian ini yaitu di Kota Palopo.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 1 minggu, 1 bulan pengumpulan data dan 2 minggu pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

### C. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel adalah pengertian secara operasional berbentuk ungkapan yang akan di ukur atau penerapan dari yang di definisikan<sup>26</sup>.

Adapun defenisi operasional variabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Dampak Covid-19 (X)	Dampak Covid-19 seperti pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah, ketika keluar rumah harus selalu memakai masker, menjaga jarak 1 meter dari satu sama lain, dan juga sering mencuci tangan pakai sabun selama 20 detik. Kebiasaan baru ini harus kita terapkan untuk mengurangi penularan virus covid-19.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dampak Ekonomi</li> <li>2. Dampak Sosial</li> <li>3. Dampak Psikologis<sup>27</sup></li> </ol>

<sup>26</sup>Tanto Wijaya, Fransisca Andreani, Pengaruh Motivasi terhadap kinerja karyawan PT sinar jaya abadi bersama, AGORA Vol 1, (2015), 42-43

<sup>27</sup> Limalvin, Nicholas Prathama, Wayan Citra Wulan Sucipta Putri, and Komang Ayu Kartika Sari. "Gambaran dampak psikologis, sosial dan ekonomi pada ODHA di Yayasan Spirit Paramacitta Denpasar." *Intisari Sains Medis* 11.1 (2020): 81-91.

Penjualan Masker dan <i>Hand sanitizer</i> (Y)	Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).	1. Citra Merk 2. Harga 3. Promosi <sup>28</sup>
--	--	---

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/ subyek yang mempunyai kuantitatif dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>29</sup> Berdasarkan penelitian tersebut, maka yang peneliti tetapkan sebagai populasi adalah pedagang masker dan *hand sanitizer* di Kota Palopo.

### 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>30</sup> Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya. Mengenai jumlah sampel yang diteliti, Nasir menyatakan bahwa tidak ada aturan yang tegas mengenai jumlah sampel yang dipersyaratkan untuk suatu penelitian dari populasi yang tersedia,

<sup>28</sup> Hs, M. Mahruz Ali, Hadi Sunaryo, and M. Khoirul Anwarodin Brotosuharto. "Pengaruh Brand Image, Brand trust Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dettol Hand Sanitizer." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10.11 (2021)

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabet, 2009),297.

<sup>30</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta.2015),

serta tidak ada batasan yang jelas apa yang dimaksud sampel yang besar dan sampel yang kecil. Selain itu juga berpendapat bahwa hasil dari sebuah penelitian tidak tergantung pada besarnya jumlah sampel.<sup>31</sup>

Menurut Roscoe dalam Sugiyono<sup>32</sup> penentuan jumlah sampel dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah diantara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam beberapa kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, pelajar dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok yaitu 10 s/d 20.

Dengan mengacu pada teori Roscoe, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden, karena jumlah minimal sampel yang diperkenankan yaitu sepuluh kali jumlah variabel. Untuk itu jumlah 30 sampel ini masing-masing 15 pedagang masker dan 15 pedagang *hand sanitizer* di Kota Palopo dianggap sudah cukup dalam penelitian ini.

---

<sup>31</sup> Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia, 2003).240

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2015),

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Observasi yaitu teknik yang dilakukan peneliti dengan cara pengamatan langsung ke lokasi penelitian serta melakukan pencatatan terhadap gejala yang diteliti, dari hasil observasi ini akan dilakukan cek ulang agar diperoleh informasi yang lebih lengkap, mendalam serta utuh. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Di dalam observasi ini peneliti akan belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.<sup>33</sup>

Observasi dilakukan dengan mengamati serta mencari data yang berkaitan dengan penelitian yaitu tentang dampak covid-19 terhadap penjualan masker dan *hand sanitizer*. Observasi dilakukan di Kota Palopo dimana terdapat banyak pedagang masker dan *hand sanitizer* yang nantinya observasi akan di fokuskan kepada beberapa informan saja.

### **2. Angket (Kuesioner)**

Angket (Kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>34</sup> Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan.

### **3. Dokumentasi**

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 309

<sup>34</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers,2010),

Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan mengumpulkan data atau informasi berupa pemeriksaan dokumentasi secara sistematis yang berkaitan dengan objek penelitian, nantinya peneliti akan mengambil data pada informan peneliti tersebut berupa buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar. Adapun dokumentasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini dengan memuat foto-foto saat wawancara dilapangan.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah dengan berbagai metode penelitian seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan. Dalam melakukan hal tersebut dibutuhkan oleh peneliti beberapa instrumen seperti kamera, telepon genggam untuk recorder, pulpen dan buku. Nantinya kamera akan digunakan untuk merekam dan memotret kegiatan peneliti, adapun recorder akan digunakan untuk merekam suara ketika mengumpulkan data seperti pada saat wawancara yang dilakukan terhadap informan, serta buku dan pulpen yang nantinya akan digunakan untuk menulis informasi yang dapat.

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data primer sehingga metode pengumpulannya dengan metode angket/pembagian kuesioner karena data yang diambil langsung dari responden. Metode angket/ kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat

pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.

## **H. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses di mana peneliti membawa struktur dan makna ke kumpulan data yang dikumpulkan. data kualitatif dan kuantitatif memiliki karakteristik yang berbeda sehingga memerlukan metode analisis yang berbeda pula. Data kualitatif didasarkan pada makna yang diungkapkan di mana data yang dikumpulkan biasanya tidak terstandarisasi sehingga memerlukan klasifikasi ke dalam kategori dan analisis dilakukan melalui penggunaan konseptualisasi. Di sisi lain, data kuantitatif didasarkan pada makna yang diperoleh di mana data yang dikumpulkan adalah numerik dan standar dan analisis dilakukan melalui penggunaan diagram dan statistik. Dalam membantu penelitian ini dalam menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS for Windows version 25.0 sebagai alat analisisnya.

### **1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Dalam penelitian ini, akan menjelaskan pengujian validitas yang mengkorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

a) Kriteria pengujiannya yaitu :

$H_0$  diterima apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , (alat ukur yang digunakan valid atau sah)

$H_0$  ditolak apabila  $r_{statistic} \leq r_{tabel}$ . (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah).

b) Cara menentukan besar nilai R table

$R_{tabel} = df (N-2)$ , tingkat signifikansi uji dua arah.

Misalnya  $R_{tabel} = df (13-2, 0,05)$ . Untuk mendapatkan nilai R tabel kita harus melihat ditabel R.

### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data.

Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. Namun, apabila data yang diukur tidak valid, maka tidak perlu dilakukan uji reliabilitas data. Kriteria pengujian instrumen dikatakan handal apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau kedua-duanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>35</sup> Pada uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

### b. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel (X) dengan variabel (Y). Dalam beberapa referensi dinyatakan bahwa uji linearitas merupakan syarat sebelum dilakukannya uji regresi linier. Suatu uji yang dilakukan harus berpedoman pada dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, itu disebut kesalahan kuadrat rata-rata, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ini tidak terjadi dengan model regresi

---

<sup>35</sup> Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000), 212.

yang baik. Lakukan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan melihat scatter plot.<sup>36</sup>

d. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y. sehingga persamaan regresi linear Sederhana dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y = Penjualan Masker dan Hand Sanitizer

a = Nilai intercept (konstanta)

b = Koefisien regresi

X = Dampak Covid-19

e = epsilon

### 3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan. Ketentuan yang digunakan dalam uji statistik t adalah nilai F tabel dapat dilihat pada F statistik pada  $df 1 = n - k - 1$  atau dengan signifikansi 0,05. Atau jika nilai t hitung  $> t$  tabel.<sup>37</sup>

<sup>36</sup> *Ibid*, 80

<sup>37</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 61

b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Lokasi Penelitian

###### a. Geografis dan Adminitrasi Wilayah

Kota Palopo terletak di bagian utara wilayah Provinsi Sulawesi Selatan atau disebelah utara Kota Makassar (Ibukota Propinsi Sulawesi Selatan) dengan jarak tempuh antara 6-7 jam (366 km). Kota Palopo secara geografis terletak antara 2°53'15" - 3°04'08" Lintang Selatan dan 120°03'10" - 120°14'34" Bujur Timur. Kota Palopo yang merupakan daerah otonom kedua terakhir dari empat daerah otonom di Tanah Luwu. Adapun batasan administrasi wilayah Kota Palopo terdiri dari :

- 1) Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu
- 2) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu
- 3) Sebelah Timur berbatasan dengan Teluk Bone dan
- 4) Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Toraja Utara.

Luas wilayah administrasi Kota Palopo sekitar 258,52 km<sup>2</sup> atau seluas 0,39% dar luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Secara administratif terbagi menjadi 9 kecamatan dan 48 kelurahan.

## b. Pendidikan

Bidang pendidikan, status pendidikan penduduk Kota Palopo usia 7-24 tahun pada tahun 2013 sebanyak 61.281 orang. Dari jumlah tersebut sebanyak 236 orang tidak/belum pernah sekolah, 25.126 orang berstatus sekolah dan 14.381 orang tidak bersekolah lagi. Jumlah sekolah di Kota Palopo sebanyak 14.381 unit, masing-masing 76 unit SD, 20 unit SLTP, 13 unit SLTA, 19 unit SMK. Selain itu terdapat 4 unit MI dan 7 unit MTs dan 1 unit MA. Sedangkan jumlah universitas/perguruan tinggi sebanyak 9 dan 5 unit sekolah jenjang pendidikan akademi/diploma. Untuk kegiatan pendidikan yang kemungkinan dapat memacu perkembangan daerah sekitarnya yaitu di sekitar jalan Jend. Sudirman, Jl. Abdul Razak, Jl. Angrek dan Jl. DR. Ratulangi. Di kawasan – kawasan ini terdapat beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Muhammadiyah, STIKIP Cokroaminoto, STIK Kesehatan, STAIN Palopo. Selain itu juga terdapat kawasan baru kegiatan pendidikan menengah yaitu di Kelurahan Maroangin yaitu adanya pengembangan SMK yang terpadu dengan BBI.

Sampai saat ini, Kota Palopo telah mampu memenuhi kebutuhan pendidikan bagi warganya mulai dari tingkat TK hingga Perguruan Tinggi, sehingga untuk warga di sekitar Palopo (kabupaten dan bakorwil) yang menginginkan pendidikan yang lebih memadai atau lebih tinggi daripada yang dimiliki di wilayahnya, biasanya memilih atau melanjutkan di Kota Palopo. Diantara banyak sekolah yang ada di Kota Palopo yang banyak menjadi pilihan warga sekitar Palopo (Luwu, Luwu Utara, Toraja Utara dan lainnya)

seperti SMU Negeri 1, 2 dan 3, SMK 1 dan 3, SMK Keperawatan/Kebidanan/Farmasi, Universitas Andi Djemma, Universitas Muhammadiyah, STIK/Akademi Kesehatan/ Kebidanan dan Universitas Veteran Cokroaminoto. Fasilitas ini berlokasi di Jl. Imam Bonjol, Jl. Andi Djemma, Jl. DR. Ratulangi, Jl. Anggrek, Jl. Balai Kota, Jl. Ahmad Razak dan jl. Jend. Sudirman dan Jl. Tandipau.

c. Kesehatan

Bidang kesehatan, tersedianya sarana kesehatan yang cukup memadai tentu sangat menunjang peningkatan kesehatan masyarakat. Rumah sakit yang ada di Kota Palopo sebanyak 2 unit. Sampai 2013 jumlah tenaga kesehatan tercatat sebanyak 495 orang yang bertugas pada Dinas Kesehatan dan Puskesmas. Terdapat berbagai macam fasilitas kesehatan di Kota Palopo yang melayani kebutuhan pengobatan kesehatan bagi warga Palopo, antara lain mulai puskesmas, praktek dokter, bidan, rumah sakit bersalin hingga rumah sakit umum baik milik Pemerintah Daerah Kota Palopo (RSUD Sawerigading lama), RSUD Tentara (Milik ABRI), RSUD Regional Rampoang dan Rumah Sakit Ad-Medika, ST. Madyan. Fasilitas ini tersebar di Jl. DR. Ratulangi, Jl. Andi Djemma dan Jalan Andi Kambo. Fasilitas RSUD Regional Sawerigading mempunyai perlengkapan peralatan dan tenaga medis yang paling lengkap diantara fasilitas kesehatan lainnya, sehingga rumah sakit ini sering dijadikan sebagai rujukan bagi warga yang memerlukan pengobatan lebih memadai. Rumah sakit ini juga mempunyai pelayanan dengan skala regional, khususnya

meliputi Kota Palopo, Kabupaten Luwu, Luwu Utara, Luwu Timur dan Toraja Utara dan Tana Toraja, dll.

## 2. Deskripsi Data Responden

Karakteristik responden pada bagian ini peneliti akan membahas mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia. Penelitian ini dilakukan pada beberapa pedagang masker dan *hand sanitizer* di Kota Palopo yang ditemui oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 orang.

### a. Responden Menurut Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah beberapa pedagang masker dan *hand sanitizer* di Kota Palopo. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	11
2	Perempuan	19
Total		30

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 19 orang, dan responden laki-laki berjumlah 11 orang.

b. Responden Menurut Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	30-40	14
2	41-50	5
3	51-60	5
4	61-70	6
Total		30

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel tersebut diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan usia 30-40 tahun yaitu sebanyak 14 orang. Kemudian disusul responden dengan usia 41-50 dan 51-60 tahun yaitu masing-masing 5 orang, dan proporsi responden terkecil adalah responden dengan usia 61-70 yaitu sebanyak 6 orang.

### 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara  $r$  hitung (*pearson correlation*) dengan  $r$  tabel. Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner baru dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut:



P6	Pearson Correlation	,276	,039	,147	,082	,366*	1	-,199	,576*	,480**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,139	,837	,439	,665	,047		,291	,001	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,390*	,281	,393*	,153	-,111	-,199	1	,052	,178	,600**
	Sig. (2-tailed)	,033	,132	,032	,419	,558	,291		,786	,348	,108
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	,218	,187	,081	,317	,429*	,576**	,052	1	,302	,683**
	Sig. (2-tailed)	,246	,322	,672	,088	,018	,001	,786		,105	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	,666**	,546**	,686**	,203	-,080	,480**	,178	,302	1	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,282	,674	,007	,348	,105		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TO TA L	Pearson Correlation	,630**	,514**	,601**	,584*	,604*	,634**	,600*	,683*	,738**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,001	,027	,000	,108	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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





P8	Pearson Correlation	,618**	,093	,234	,163	,552*	,782*	,295	1	,627**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,627	,214	,389	,002	,000	,114		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	29	30
P9	Pearson Correlation	,522**	,030	-,003	,155	,499*	,585*	-,077	,627*	1	,647**
	Sig. (2-tailed)	,004	,878	,989	,422	,006	,001	,692	,000		,000
	N	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
TO TA L	Pearson Correlation	,710**	,579*	,546*	,516*	,615*	,859*	,526**	,784*	,647**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,039	,014	,004	,000	,000	,003	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	29	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam instrumen Penjualan (Y) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel (0,3610), dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya adalah valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *coefficients cronbach's alpha*  $> 0,60$ .<sup>38</sup> Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

### Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,731	9

### Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,808	9

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel  $> 0,60$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel atau handal.

## 4. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui taraf substansial antara variabel bebas dan variabel terikat. Apakah hasil data yang diperoleh pada penelitian

<sup>38</sup>Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2010,36.

berdistribusi normal atau tidak normal. Penelitian ini menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Dalam hal ini Residual dikatakan normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Adapun hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,33618932
	Absolute	,079
Most Extreme Differences	Positive	,079
	Negative	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		,435
Asymp. Sig. (2-tailed)		,992

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil uji normalitas data dengan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,992 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau  $0,992 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas data pada penelitian ini terdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel (X) dengan variabel (Y). Dalam beberapa referensi dinyatakan bahwa uji linearitas merupakan syarat

sebelum dilakukannya uji regresi linier. Suatu uji yang dilakukan harus berpedoman pada dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05.

Tabel 4.6 Hasil Uji Linearitas

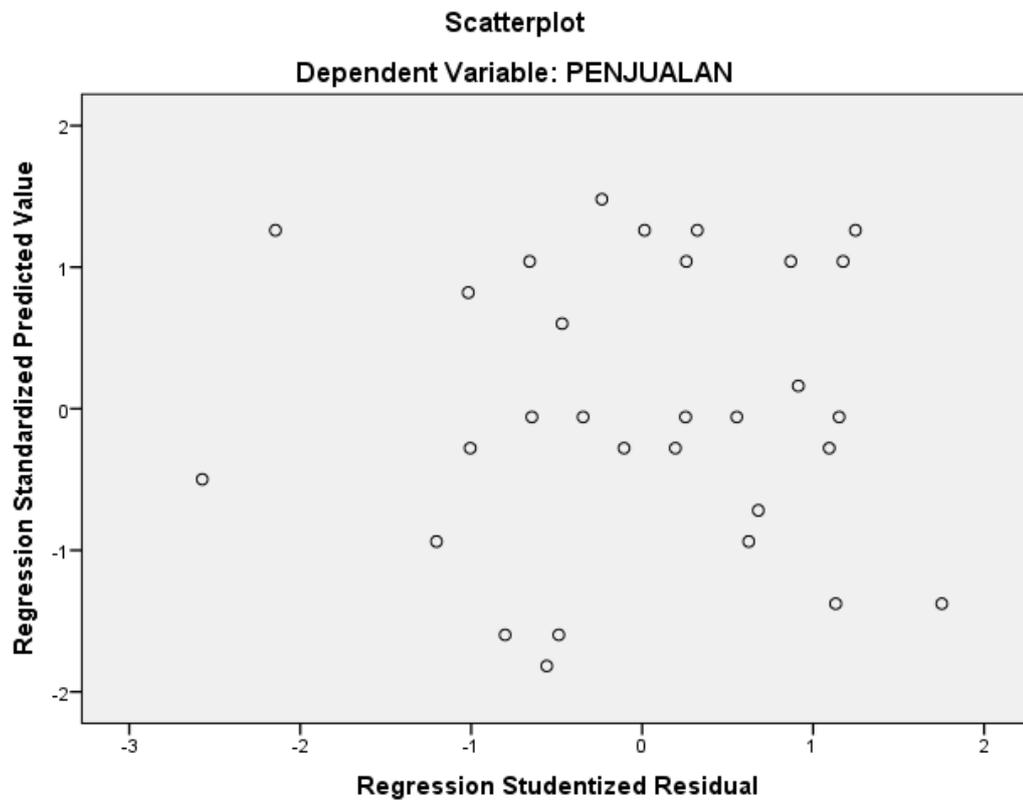
ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			552,667	13	42,513	4,408	,003
PENJUALAN * DAMPAK COVID-19	Between	Linearity	384,192	1	384,192	39,838	,000
	Groups	Deviation from Linearity	168,475	12	14,040	1,456	,238
	Within	Groups	154,300	16	9,644		
	Total		706,967	29			

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uji linearitas antara dampak covid 19 dan penjualan masker dan hand sanitizer, terlihat bahwa terdapat hubungan yang linear. Hal ini dikarenakan nilai Sig. dari Deviation from Linearity menghasilkan nilai 0,238, ( Sig.> $\alpha = 5\%$ ). Selain itu tingkat linearitas antara dampak covid 19 dan penjualan masker dan hand sanitizer tergolong kuat (Sig. = 0,000).

#### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk terjadi ketidaksamaan varian dari residual model regresi. Data yang baik pada penelitian adalah data yang tidak terjadi heterokedastisitas atau data yang terjadi homoskedastisitas. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode scatterplot. Adapun hasil uji heterokedastisitas yaitu sebagai berikut :

## Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Hasil output scatterplot di atas yaitu:

1. Titik-titik data menyebar di atas/bawah angka nol
2. Titik-titik tidak mengumpul ada satu tempat
3. Penyebaran titik-titik tidak membentuk sebuah pola.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode scatterplot dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,343	2,832		1,534	,136
1 DAMPAK COVID-19	-,047	,080	-,111	-,594	,558

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Hasil output heterokedastisitas menggunakan metode Glejser, yaitu variabel dampak covid-19 memiliki nilai signifikansi 0,558 > 0,05. Jika nilai signifikansi (sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

#### d. Analisis Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana ini dilakukan untuk menguji dampak covid-19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer, adapun persamaannya adalah:

$$Y = \alpha + bX$$

#### Keterangan:

Y : Variabel Penjualan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi X

X : Variabel Dampak Covid-19

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,143	4,928		1,450	,158
	DAMPAK COVID-19	,800	,139	,737	5,773	,000

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Berdasarkan Tabel 4.8 tersebut maka dapat dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 7,143 + (0,800)X + e$$

Keterangan:

Y : variabel penjualan

a : konstanta

$\beta$  : koefisien regresi

X : variabel dampak covid-19

e : eror

## 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel (bebas/terikat) serta diterima atau tidaknya hipotesis tersebut.

### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Kriteria uji parsial (uji t) jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk derajat bebas (df) =  $n - k - 1$  adalah  $30 - 1 - 1 = 28$ . Berdasarkan tabel distribusi t diperoleh  $t_{0,025,28} = 2,04841$ . Selain t hitung dapat menggunakan signifikan penelitian  $< 0,05$ .

Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,143	4,928		1,450	,158
1 DAMPAK COVID-19	,800	,139	,737	5,773	,000

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Berdasarkan table 4.9 hasil uji parsial diatas diperoleh kesimpulan bahwa pengaruh dampak covid-19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer.

Dari tabel coefficients diperoleh nilai thitung 5,773 yang artinya nilai thitung > ttabel ( $5,773 > 2,04841$ ) dengan signifikansi 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Maka H1 diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara covid-19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer.

#### b. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji ini digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang digunakan yaitu R Square.

Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,737 <sup>a</sup>	,543	,527	3,395

a. Predictors: (Constant), DAMPAK COVID-19

b. Dependent Variable: PENJUALAN

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,543, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 54,3%.

## **B. Pembahasan**

Penelitian ini akan membahas tentang Dampak Covid-19 terhadap Penjualan Masker dan Hand Sanitizer di Kota Palopo. Untuk menjawab masalah tersebut peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang memiliki jumlah 30 sampel. Lalu data yang didapatkan akan di analisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS 20 agar mempermudah peneliti mengelola data penelitian. Hasil analisis uji asumsi klasik yang telah dilakukan dengan beberapa tahap pengujian menunjukkan hasil yaitu Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Masker Dan *Hand Sanitizer* Di Kota Palopo.

Dari tabel coefficients diperoleh nilai thitung 5,773 yang artinya nilai t hitung  $>$  t tabel ( $5,773 > 2,04841$ ) dengan signifikansi 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_1$  diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara dampak covid-19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer di Kota Palopo.

Berdasarkan hasil uji koefesien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,543, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 54,3%. Dengan adanya Covid-19 selain berdampak pada kesehatan juga berdampak ekonomi masyarakat terkhusus bagi penjual masker dan hand sinitizer. Dengan adanya Covid-19 meningkatkan

penjualan masker dan hand sinitizer bagi pedagang, sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat terkhusus penjualan masker dan hand sinitizer.

Masker jenis kain di Kota Palopo memiliki respon positif terhadap konsumen, hal tersebut ditandai beberapa hasil wawancara para penjual masker dan hand sinitizer. Dengan perilaku dari warga, mereka membeli masker dan hand sinitizer disebabkan takut tertular. Sedangkan hand sinitizer yang diminati dengan bahan kandungan alkohol 40%, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairul Rahkhmat Gunawan dengan judul penelitiannya “Dampak covid-19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer di Kabupaten Sumenep.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Ds. Batuan, Kec Batuan Sumenep terkait penjualan masker dan hand sinitizer dengan menggunakan teknik wawancara yang melibatkan 5 orang penjual masker dan hand sinitizer sebagai informan. Dari hasil tersebut penjual masker dan hand sinitizer bahwa warga Kec. Batuan Sumenep menyukai jenis masker kain, hal tersebut senada dengan pak Solehuddin (informan 1), menyatakan:

“Warga Kec. Batuan rata-rata menyukai masker kain dengan motif gambar mas, sebab dari bahan juga dingin”

Menurut Kotler, memberikan pemahaman bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya untuk menggunakan produk sesuai dengan yang dirasakan<sup>39</sup>. Sedangkan menurut

---

<sup>39</sup>Armstrong dan Philip Kotler. Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT.Indeks Gramedia. 2003, 56

Schiffman, menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan seleksi terhadap beberapa pilihan ataupun lebih sebuah produk<sup>40</sup>.

Dengan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pembelian masker di Kec. Batuan Sumenep informan melakukan proses seleksi sesuai dengan kebutuhan sehingga akan menimbulkan tindakan konsumen untuk menggunakan produktersebut. Hal tersebut diungkapkan oleh bapak Mochni (informan 2) menyatakan:

“Konsumen atau pembeli terkadang ada yang memilih bahan mas, mereka berani membeli dengan harga sedikit mahal yang penting terhindar dari Covid 19 mas”.

Setelah melakukan wawancara kepada Ibu Rosi tentang pentingnya penggunaan *hand sanitizer* mengatakan bahwa dengan menggunakan *hand sinitizer* merasa aman dari segala macam virus yang mengancam. Dari bu fitri sebagai informan ke 2 mengatakan bahwa dengan menggunakan *hand sinitizer* bisa bebas memegang dan menyentuh barang yang ada disekitar dan dilingkungannya. Artinya mereka merasa aman dengan dengan menggunakan *hand sinitizer*. Berdasarkan penjelasan dari kedua informan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan *hand sinitizer* mereka merasa aman walau mereka memegang apapun dimana saja dan barang apapun.

Selain berdampak pada ekonomi masyarakat, dampak pandemi COVID-19 pada bidang sosial adalah peningkatan kemiskinan. Peningkatan kemiskinan di Kota Palopo utamanya terjadi di wilayah yang memiliki jumlah keluarga rentan miskin dan hampir miskin. Dampak pandemi COVID-19 terhadap kemiskinan

---

<sup>40</sup> Schiffman dan Kanuk. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Prentice Hall. Jakarta. 2009, 35

dapat berlangsung dalam periode yang cukup panjang, bahkan dapat memengaruhi kualitas generasi mendatang. Kemudian dampak lain yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19 yaitu dampak psikologis. Dampak psikologis yang ditemukan pada masyarakat adalah kecemasan, depresi, stress, sindrom stress pasca trauma, dan pertumbuhan pasca trauma.

Dampak Covid-19 Terhadap Kinerja Sektor Ekonomi Pelaksanaan protokol pencegahan dan pengendalian penyebaran Covid-19 berpotensi menimbulkan gangguan pada rantai pasok input, operasi produksi, rantai distribusi, dan pemasaran output sehingga berdampak negatif terhadap kinerja sektor ekonomi. Sektor ekonomi terdampak pada tahap awal adalah sektor pariwisata dan sektor jasa transportasi, kemudian diikuti oleh sektor industri pengolahan, sektor perdagangan, dan sektor jasa lainnya.

Hal ini sejalan dengan pandangan para ahli seperti yang di kemukakan Pazarbasioglu, Ceyla (9/3/2020) menyatakan bahwa Covid-19 akan mengganggu rantai perdagangan dan aliran keuangan internasional, produktivitas modal dalam negeri karena pabrik tutup dan orang-orang tinggal dirumah, pendapatan pariwisata dan transportasi karena faktor permintaan, dan pendapatan ekspor karena penurunan harga komoditas.

Disamping sektor pariwisata dan transportasi umum, sektor usaha lainnya juga terdampak oleh Covid-19, seperti pertanian, peternakan, perikanan, industri pengolahan, dan perdagangan. Sebagai ilustrasi, usaha peternakan ayam petelur, ayam potong, dan perikanan air tawar yang banyak ditemui dalam wilayah Kabupaten Lombok Barat adalah terdampak oleh terganggunya rantai pasok bibit,

pakan, dan obat-obatan dari luar daerah. Operasi, distribusi, dan pemasaran produksi juga terganggu karena menurunnya pasokan tenaga kerja dan daya beli konsumen.

Dampak Covid-19 juga berpengaruh terhadap keberlanjutan operasional usaha yang ditentukan oleh skala usaha. Usaha skala besar memiliki ketahanan operasional yang lebih tinggi dibandingkan dengan usaha skala kecil dan mikro (UKM). UKM lebih rentan terhadap dampak Covid-19 dibandingkan dengan usaha skala besar. Usaha skala besar terdampak dapat melakukan penghentian sementara operasi saat Covid-19 melanda, dan kemudian mampu beroperasi kembali saat keadaan telah normal karena memiliki kapasitas permodalan dan akses pembiayaan yang memadai. Sebaliknya, banyak UKM terdampak tidak mampu bangkit kembali beroperasi saat keadaan telah normal karena modalnya terkikis untuk menutupi biaya hidup keluarga (aliran pendapatannya macet selama usaha berhenti beroperasi).

Secara konseual, perlindungan UKM adalah sangat diperlukan karena memiliki kapasitas ketahanan terhadap gangguan operasional yang relatif rendah tetapi memberikan pekerjaan bagi banyak penduduk baik sebagai pemilik usaha maupun sebagai pekerja. Dikenali 2 kegiatan yang dapat dilakukan pemerintah daerah seperti dukungan transisi media pemasaran offline ke online dan bantuan sarana. Bantuan sarana bersifat opsional dan sesuai dengan kapasitas anggaran daerah tersedia. Paket sarana yang diberikan hendaknya diputuskan berdasarkan pertimbangan strategis (perkembangan UKM) dan melibatkan partisipasi perwakilan UKM.

Untuk sektor sosial budaya ditandai dengan adanya perubahan sosial budaya bagi masyarakat khususnya di Kota palopo. Baik itu terhadap perilaku sosial masyarakat Kota palopo misalnya saja yang selalu bersama-sama dalam menjalankan sebuah kegiatan, nilai budaya masyarakat yang mulai luntur karena kurangnya interaksi dan sosialisasi masyarakat akibat pemberlakuan social/physical distancing, hingga kondisi sosial masyarakat yang hampir terpuruk akibat dampak PHK, terjadi karena pembatasan sosial, hingga penurunan pendapatan masyarakat.

Pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar bukan hanya berpengaruh pada masalah sosial di Indonesia, namun juga merambah pada masalah-masalah lain yang diakibatkan oleh pemberlakuan kebijakan tersebut. Dari segi sosialnya, tentu sudah jelas bahwa setiap masyarakat dan antar pihak lain jadi dibatasi proses sosialisasinya, baik antar sesama keluarga, sesama teman, dan masyarakat lainnya. Kegiatan-kegiatan yang sebelumnya dilaksanakan rutin dan tatapmuka, mendadak jadi ditiadakan, segala macam acara yang sebelumnya sudah direncanakan, mendadak harus batal. Belum lagi pihak perusahaan yang sudah mempersiapkan barang untuk produksi, mendadak harus tutup dan pegawainya dipekerjakan dari rumah.

Adanya covid 19 dalam kehidupan sosial yaitu sulitnya untuk berinteraksi secara langsung dengan orang lain. Sejak digalakkannya aturan *social distancing* oleh pemerintah banyak orang yang susah bahkan tidak berinteraksi secara langsung dengan sesamanya. Selain itu, timbulnya rasa curiga dan hilangnya kepercayaan ditatanan kehidupan masyarakat. Hal ini dapat kita temui

di pasar contohnya, para pembeli selalu dihantui dengan perasaan curiga bahwa penjual bisa saja terjangkit virus corona, kemudian barang yang dijualnya bisa saja tidak bersih, dan rasa tidak percaya lainnya. Sehingga jika hal ini terus berlangsung dan dirasakan oleh semua orang maka akan timbul kesenjangan sosial yang dapat menimbulkan ketidakharmonisan hubungan sesama makhluk sosial.

Selain beberapa dampak tersebut, kehadiran COVID-19 pun berpengaruh pada rendahnya sentimen investor terhadap pasar yang akhirnya berdampak pada kondisi pasar yang kurang stabil. Selain itu, Dito juga menyebutkan bahwa yang paling berdampak besar akibat adanya COVID-19 yakni sektor ekonomi dan perdagangan. Dimana pemberlakuan PSBB menyebabkan ekonomi negara dan daerah jadi melemah. Bahkan sektor ekspor Indonesia ikut mengalami pelemahan.<sup>41</sup> Begitu juga para investor yang terlihat enggan untuk melakukan investasi sebab berada di fase ekonomi sulit. Adapun prospek pertumbuhan ekonomi dunia dan Indonesia 2020 yang berpotensi lebih rendah apabila wabah Covid-19 makin menyebar sehingga memicu penerapan kebijakan restriksi atau social distancing yang lebih ketat oleh berbagai negara, dan tekanan pasar keuangan global berlanjut akibat ketidakpastian yang tinggi<sup>42</sup>.

Selain pada anak-anak yang merupakan siswa atau mahasiswa, hasil penelitian pun menunjukkan adanya dampak sosial terhadap para orangtua akibat

---

<sup>41</sup> Dito Aditia Darma Nasution, et al, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia", *Jurnal Benefita Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi* vol.5, no.2 (Juli 2020): 212-224, <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>

<sup>42</sup> Muhammad Awaluddin, "Pergeseran Negatif Kondisi Ekonomi di Kalimantan Timur Pasca Penyebaran Virus Corona (Covid-19)", *Jurnal Ekis : Sosial Ekonomi dan Bisnis* vol.17, no.1 (April 2021): 1-13.

COVID-19 terlebih setelah pemberlakuan PSBB. Beberapa dampak tersebut adalah: Peningkatan jumlah pengangguran akibat diberlakukannya PHK (Putus Hubungan Kerja) oleh pihak pabrik maupun perusahaan. Banyak orangtua yang mengeluh akibat diberlakukannya belajar daring sebab hampir 80% segala tugas harus dikerjakan oleh para orangtua, terlebih bagi orangtua yang anak-anaknya berada di pendidikan sekolah dasar. Kurangnya interaksi sosial yang dilakukan antar masyarakat sebab pandemi terjadi, seperti tidak lagi melangsungkan ibadah berjamaah di tempat-tempat ibadah umum (Masjid), tidak adanya kegiatan perkumpulan masyarakat, tidak diadakannya kegiatan ketika hari-hari besar seperti peringatan Hari Kemerdekaan pada bulan Agustus lalu, dan tingkat komunikasi atau silaturahmi antar keluarga jauh jadi menurun akibat tidak diperbolehkannya pulang kampung.

Dampak lain dirasakan juga oleh para tenaga kesehatan yang pada masa pandemi bertugas menjadi garda terdepan. Adapun beberapa dampak COVID-19 yang dirasakan seperti kesulitan dalam melakukan hubungan sosial dengan keluarga karena pihak tenaga kesehatan lebih berpotensi untuk menularkan virus ke masyarakat. Adanya penilaian negatif dari masyarakat yang diterima oleh tenaga kesehatan sehingga seringkali memicu pengasingan, atau tidak diterimanya tenaga kesehatan di lingkungan masyarakat, bahkan di kampung halamannya sendiri.

Adapun dampak positif dengan adanya covid 19 dalam kehidupan sosial yaitu hubungan keluarga semakin dekat. Hal ini dapat dijadikan ajang mempererat hubungan keluarga yang dulu dipisahkan oleh jarak, aktivitas

dan kegiatan lainnya yang membuat semua anggota keluarga sibuk dengan urusannya di luar rumah. Namun sekarang, dengan adanya wabah ini, pemerintah menggalakkan aturan *social distancing*, seluruh keluarga diharuskan tinggal di rumahnya masing-masing dan dilarang aktivitas di luar rumah. Banyak seorang Ibu yang senang dengan berkumpulnya semua anggota keluarga. Anak-anak nya yang sekolah di luar kota, kerja di luar kota, dan suaminya yang kerja di luar kota pun harus pulang. Kursi meja makan penuh dengan orang-orang yang dicintainya, sofa keluarga yang biasanya kosong menjadi penuh dan penuh dengan canda tawa. Banyak hal lainnya yang membuat hubungan keluarga menjadi semakin erat dengan adanya wabah ini.

Kemudian, wabah ini pun berdampak positif terhadap kehidupan agama. Banyak orang yang menyangka adanya wabah ini merupakan pertanda bahwasanya bumi ini semakin tua, kehidupan akan berakhir dan menyadari bahwa tidak ada yang abadi di bumi ini. Seperti halnya yang terjadi pada umat Islam yaitu banyak orang yang sebelumnya bolong-bolong dalam shalat menjadi rajin, yang dulunya shalat di rumah menjadi rajin berjamaah di masjid. Hubungan sang makhluk dengan Tuhan nya pun semakin dekat, banyak orang yang berdoa untuk memohon ampun, memohon keselamatan dari wabah penyakit ini. Tidak hanya umat Islam, umat agama lainpun berusaha berhubungan sedekat mungkin dengan Tuhannya.

Dampak lain akibat adanya covid-19 adalah dampak psikologis. Psikolog menyakini gangguan obsesif-kompulsif bisa menjadi salah satu kandidat utama. Taylor menjelaskan bahwa ini dapat berdampak jangka panjang karena fakta

bahwa OCD muncul dari interaksi antara gen dan faktor lingkungan. Banyak orang menjadi sedikit lebih cemas selama Covid-19. Namun untuk sebagian orang, pandemi dapat memicu atau memperburuk masalah kesehatan mental yang jauh lebih serius. Psikolog khawatir, ini mungkin bertahan dalam jangka panjang.

Pada lingkungan genetik pada beberapa bentuk OCD (yaitu obsesi kontaminasi dan dorongan untuk selalu bersih), stres Covid-19 kemungkinan akan memicu atau memperburuk OCD. Beberapa di antaranya akan menderita germafobia kronis, kecuali jika mereka menerima perawatan kesehatan mental yang sesuai. Ada banyak orang yang sudah menderita kecemasan dalam masyarakat modern kita, tetapi orang yang lebih mudah cemas bisa terus merasakannya dan kondisinya bisa memburuk.

Jika pandemi Covid berakhir, beberapa orang mungkin tetap cemas, karena masih ada risiko varian virus yang lain. Kesepian kronis yang disebabkan oleh isolasi sosial atau perasaan kurangnya makna" dalam hidup selama pandemi adalah masalah utama lainnya. Beberapa orang tiba-tiba menjauhkan diri dari hubungan dekat pada era menjaga jarak sosial dan mungkin merasa sulit untuk membangunnya kembali. Sementara itu, stres akibat Covid-19 kemungkinan besar berdampak mental yang lebih besar pada mereka yang memiliki pengalaman hidup yang menyakitkan. Mungkin bisa memicu ingatan trauma secara sadar dan tidak sadar, yang bisa mempengaruhi.

Dalam hal ini, kondisi kesehatan mental bisa menjadi jangka panjang, karena bisa membuka trauma yang telah tertutup. Psikolog menekankan bahwa sifat dan skala krisis virus corona yang belum pernah terjadi sebelumnya

menambah lapisan ketidakpastian dibandingkan dengan krisis keuangan sebelumnya. Sampai ada vaksin global, masih belum jelas kapan atau bahkan apakah beberapa industri yang paling terpuak seperti perjalanan dan hiburan akan pulih.

Terlepas dari kekhawatiran tentang 'ekor' panjang bagi tantangan kesehatan mental yang disebabkan oleh dampak Covid-19, para psikiater mengatakan penting untuk mengetahui bahwa ada beberapa hal positif juga. Taylor berpendapat bahwa meskipun minoritas yang signifikan akan berjuang dalam jangka panjang, pandemi menunjukkan tingkat ketahanan yang tinggi terhadap stres dalam populasi yang lebih luas. Ini di luar kapasitas manusia yang akan "bangkit kembali" setelah peristiwa bencana. Misalnya, di Wuhan, tempat pandemi pertama kali dimulai. Kasus-kasus terkendali setelah penguncian kota selama 76 hari dan tes massal yang ketat.

Meskipun ada risiko isolasi sosial dan kesepian bagi mereka yang terlalu menarik diri, bahwa ketika dipaksa tinggal di rumah, ada yang berusaha berjuang untuk keseimbangan kehidupan kerja yang lebih baik di masa depan atau, atau menentukan irama langkahnya sendiri, dengan cara menemukan "zona nyaman mereka sendiri dalam batas antara di dalam dan di luar ruangan".

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan pada bab IV maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengujian menyatakan bahwa dampak covid-19 berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan masker dan hand sanitizer di Kota Palopo. Dimana nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $5,773 > 2,04841$ ) dengan signifikansi  $0,000$  dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar  $0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ .
2. Hasil pengujian nilai R Square diketahui sebesar  $0,543$ , hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar  $54,3\%$ .

#### **B. Saran**

1. Kepada Pemerintah Kota Palopo untuk dapat menjaga keselamatan dan kesehatan masyarakatnya sebagai fokus utama dan menjaga laju pertumbuhan ekonomi adalah tugas besar yang dipikul oleh pemerintah terkait dengan pandemi Covid- 19 ini. Untuk membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini pemerintah harus memformulasikan kebijakan yang ideal untuk pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar ekonomi mereka dapat kembali pulih. Pemerintah juga harus mengadakan pelatihan agar pelaku usaha mikro kecil

dan menengah ini paham dengan adanya perubahan pemasaran konvensional menjadi pemasaran online, sehingga materi yang diberikan kaitannya untuk meningkatkan pemasaran secara digital agar pelaku usaha mikro kecil dan menengah tetap aksis di tengah pandemi covid-19.

2. Kepada Fakultas untuk mengarsipkan penelitian ini atau yang serupa agar dapat dijadikan arsip untuk peneliti selanjutnya.
3. Kepada peneliti berikutnya agar menambah variabel baru serta melakukan pengembangan.





## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabet, 2009.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.2015.
- Arifningtias, Novi Eka, And Dwi Ulfa Nurdahlia. "Implementasi Pembuatan Masker Dan Hand Sanitizer Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Covid-19 Di Desa Tulung." *Prodima: Prosiding Pengabdian Masyarakat 1* (2022)
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran edisi pertama*,(Jakarta: Rajawali Pers, 2011)
- Awaluddin, Muhammad. "Pergeseran Negatif Kondisi Ekonomi di Kalimantan Timur Pasca Penyebaran Virus Corona (Covid-19)". *Jurnal Ekis : Sosial Ekonomi dan Bisnis* vol.17, no.1 (April 2021): 1-13.
- Danang, Sunyoto . *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2010
- Ervianingsih, "Pencegahan COVID-19 dengan Pembuatan dan Pembagian Hand Sanitizer di Universitas Muhammadiyah Palopo", *Jurnal INDRA 1*, No. 3 (2021).
- Felicia, Agnes, et al. "Peluang Bisnis Usaha Masker Kain dan Hand Sanitizer." *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)* 3.3 (2020)
- Ferrinadewi, Erna dan Didit Darmawan. *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: Atmajaya Press, 2004.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cetakan Ke-7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Gunawan, Khairul Rakhmat. "Dampak covid 19 terhadap penjualan masker dan hand sanitizer di kabupaten sumenep." *Eco-Entrepreneur* 6.1 (2020)
- Gunawan, Khairul Rakhmat. "Dampak Covid 19 terhadap Penjualan Masker dan Hand Sanitizer di Kabupaten Sumenep", *Jurnal Eco-Entrepreneurship* 6,
- Hantono dan Namira Ufrida Rahmi. *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018.
- Hs, M. Mahruz Ali, Hadi Sunaryo, and M. Khoirul Anwarodin Brotosuharto. "Pengaruh Brand Image, Brand trust Dan Brand Awareness Terhadap

Keputusan Pembelian Dettol Hand Sanitizer." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10.11 (2021)

Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Persada Pers, 2010.

Lestari Dan Rini. "Pengaruh Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, Dan Pemberian Potongan Harga Terhadap Minat Beli Offline Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Pasar Ngunut Tulungagung." (2021).

Limalvin, Nicholas Prathama, Wayan Citra Wulan Sucipta Putri, and Komang Ayu Kartika Sari. "Gambaran dampak psikologis, sosial dan ekonomi pada ODHA di Yayasan Spirit Paramacitta Denpasar." *Intisari Sains Medis* 11.1 (2020)

Nainggolan, Edisah Putra, and Shinta Lorenza. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Kulit Kerang Di Kecamatan Teluk Nibung Kota Tanjung Balai." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 2. No. 1(2021).

Nasir, *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia, 2003.

Nasution, Dito Aditia Darma et al. "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia". *Jurnal Benefita Ekonomi Pembangunan Manajemen Bisnis & Akuntansi* vol.5, no.2 (Juli 2020): 212-224. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>

Purwasono, Lakshita Dwita . "Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan terhadap Permintaan Jasa Ojek Online Berbasis Syariah (Studi Mahasiswi S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Brawijaya Malang)". *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*, 2019.

Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Ed.1, Cet.ke-2. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*.

Santoso, Singgih . *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015.

Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009.

- Tim. Reality, Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar. Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius. Pemasaran Strategik. Edisi kedua. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- Tjiptono, Fandy .Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.
- Wahjono,Sentot Imam. Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2013.
- Wijaya,Tanto dan Fransisca Andreani,Pengaruh Motivasi terhadap kinerja karyawan PT sinar jaya abadi bersama,AGORA Vol 1,(2015)
- Wilandari, Devi Fitria. “Sosialisasi Cara Pemakaian Masker dan Hand Sanitizer yang Baik Sebagai Upaya Memutus Mata Rantai Penyebaran Covid-19 di Rumah Pintarkomplek Griya Asri Pamulang”, *Jurnal Lokabmas Kreatif* 3, No. 1 (2021).
- Yuliana, Lingga. “Dampak Kondisi Pandemi di Indonesia terhadap Trend Penjualan (Studi Kasus pada PD. Sumber Jaya Aluminium)”, *Jurnal Riset Bisnis* 4, No. 1 (2020).

## LAMPIRAN 1

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

---

Kepada Yth,  
Bapak/Ibu  
Di Tempat.

Dengan Hormat,

Dengan kerendahan hati, saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Saya adalah mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo yang sedang mengerjakan skripsi dan melakukan penelitian mengenai “Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Masker Dan *Hand Sanitizer* Di Kota Palopo”.

Bersamaan ini perlu saya sampaikan, semua informasi yang di berikan hanya untuk kepentingan pengerjaan skripsi dan di jamin kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya dan kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

WENTI ATIKA SARI

**KUESIONER PENELITIAN**

## **PETUNJUK PENELITIAN**

1. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu. Adapun kriteria jawabannya sebagai berikut :  
SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
RG : Ragu-ragu  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju
2. Diharapkan tidak ada satu nomor pun yang dilewatkan dalam mengisi skala ini.
3. Gunakan tanda ( √ ) untuk jawaban yang anda pilih.

### **BAGIAN I (Identitas Responden)**

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Usia :

### **BAGIAN II**

### Variabel X (Dampak Covid-19)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
Dampak Ekonomi						
1	Pendapatan tidak menurun saat pandemi Covid-19					
2	Jumlah pembeli menurun dikarenakan munculnya pandemi Covid-19					
3	Pendapatan tetap saat pandemi covid-19					
Dampak Sosial						
1	Kegiatan berkumpul dengan kerabat menjadi terganggu akibat pandemi Covid-19					
2	Kita harus mengucilkan orang yang pernah tertular virus Covid-19					
3	Kita harus membatasi kegiatan diluar rumah saat pendemi					
Dampak Psikologis						
1	Saya merasa cemas dengan kemunculan pandemi Covid-19 karena perekonomian belum pulih					
2	Saya merasa aman dan tidak takut tertular virus Covid-19					
3	Saya merasa pandemic covid 19 hanya flu biasa					

### Variabel Y (Penjualan Masker dan Hand Sanitizer)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
<b>Citra Merk</b>						
1	Merek Masker dan Hand Sanitizer mudah diingat					
2	Produk Masker dan Hand Sanitizer memiliki citra merek yang baik dimata konsumen					
3	Produk masker dan Hand Sanitizer memiliki citra merek yang sesuai dengan kualitas produk					
<b>Harga</b>						
1	Harga Masker dan Hand Sanitizer terjangkau oleh konsumen					
2	Harga Masker dan Hand Sanitizer sesuai dengan kualitas produk yang diberikan					
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produknya					
<b>Promosi</b>						
1	Seringnya promosi Masker dan Hand Sanitizer meningkatkan minat untuk membeli					
2	Tampilan iklan Masker dan Hand Sanitizer di Televisi dan Media Sosial memberikan informasi yang jelas dan menarik.					
3	Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan masker dan hand sanitizer					

## LAMPIRAN 2

### HASIL KUESIONER PENELITIAN

**DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENJUALAN MASKER DAN HAND**

**SANITIZER DI KOTA PALOPO**

DAMPAK COVID-19 (X)									
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P7	P9	TOTAL
5	4	4	4	3	3	5	4	4	36
3	4	4	5	4	1	5	3	2	31
4	4	5	3	2	2	5	3	3	31
4	4	4	5	3	3	4	4	4	35
3	3	3	3	3	2	4	4	2	27
4	5	4	5	4	4	5	5	4	40
3	4	3	5	4	4	4	4	3	34
4	5	4	3	1	1	5	3	3	29
5	5	5	1	1	4	5	4	5	35
3	4	4	5	5	2	5	3	3	34
3	5	4	4	3	2	5	4	4	34
5	5	5	5	4	2	5	5	5	41
5	5	5	5	4	4	5	5	4	42
4	5	5	5	4	3	5	5	4	40
3	4	3	3	3	2	4	4	3	29
4	5	5	5	3	4	4	5	5	40
5	5	5	5	1	1	5	1	5	33
4	5	5	4	3	2	4	3	5	35
3	5	3	5	4	2	4	5	3	34
3	4	4	3	3	3	4	4	4	32
3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
5	4	4	5	3	4	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
4	5	5	5	3	5	4	5	5	41
4	4	4	5	2	2	5	5	4	35
4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
2	4	3	3	3	2	5	3	3	28
5	5	4	5	3	3	5	5	4	39
4	5	5	5	4	3	5	5	5	41

PENJUALAN (Y)									
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	TOTAL
4	3	5	5	5	4	5	4	4	39

4	4	5	3	3	1	3	2	3	28
4	3	4	4	4	4	4	3	4	34
4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
2	3	3	3	3	3	4	3	3	27
4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
4	4	3	4	5	5	4	4	5	38
3	4	5	4	4	3	4	4	3	34
4	4	5	4	4	4	5	3	1	34
4	4	3	5	4	2	3	2	4	31
4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
4	5	5	5	4	5	5	4	3	40
4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
3	4	4	4	5	4	4	4	4	36
5	5	5	5	3	5	5	5	5	43
1	5	5	5	1	1	5	1	1	25
4	5	4	3	3	3	5	3	3	33
5	4	3	4	5	3	4	4	3	35
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	5		33
4	4	5	5	4	5	4	4	5	40
4	5	4	4	4	4	4	3	4	36
4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	2	4	4	2	3	3	3	28
4	5	2	4	5	3	5	3	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44

**LAMPIRAN 3**

## UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### A. Uji Validitas

#### 1. Uji Validitas Variabel Covid-19 (X)

**Correlations**

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	TOTAL	
P1	Pearson Correlation	1	,425 <sup>*</sup>	,665 <sup>**</sup>	,196	-,238	,276	,390 <sup>*</sup>	,218	,666 <sup>**</sup>	,630 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,019	,000	,299	,205	,139	,033	,246	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,425 <sup>*</sup>	1	,604 <sup>**</sup>	,259	-,172	,039	,281	,187	,546 <sup>**</sup>	,514 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,019		,000	,167	,365	,837	,132	,322	,002	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,665 <sup>**</sup>	,604 <sup>**</sup>	1	,192	-,173	,147	,393 <sup>*</sup>	,081	,686 <sup>**</sup>	,601 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,308	,360	,439	,032	,672	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,196	,259	,192	1	,455 <sup>*</sup>	,082	,153	,317	,203	,584 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,299	,167	,308		,011	,665	,419	,088	,282	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-,238	-,172	-,173	,455 <sup>*</sup>	1	,366 <sup>*</sup>	-,111	,429 <sup>*</sup>	-,080	,604 <sup>**</sup>

	Sig. (2-tailed)	,205	,365	,360	,011		,047	,558	,018	,674	,027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,276	,039	,147	,082	,366*	1	-,199	,576*	,480**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,139	,837	,439	,665	,047		,291	,001	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,390*	,281	,393*	,153	-,111	-,199	1	,052	,178	,600**
	Sig. (2-tailed)	,033	,132	,032	,419	,558	,291		,786	,348	,108
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	,218	,187	,081	,317	,429*	,576**	,052	1	,302	,683**
	Sig. (2-tailed)	,246	,322	,672	,088	,018	,001	,786		,105	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	,666**	,546**	,686**	,203	-,080	,480**	,178	,302	1	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,282	,674	,007	,348	,105		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TO TA L	Pearson Correlation	,630**	,514**	,601**	,584*	,604*	,634**	,600*	,683*	,738**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000	,001	,027	,000	,108	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).





P9	Pearson Correlation	,522**	,030	-,003	,155	,499*	,585*	-,077	,627*	1	,647**
	Sig. (2-tailed)	,004	,878	,989	,422	,006	,001	,692	,000		,000
	N	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
TO TA L	Pearson Correlation	,710**	,579*	,546*	,516*	,615*	,859*	,526**	,784*	,647**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,039	,014	,004	,000	,000	,003	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	29	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## B. Uji Reliabilitas

### Uji Reliabilitas Variabel Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	9

### Uji Reliabilitas Variabel Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	9

## LAMPIRAN 4

Tabel Distribusi R

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

## LAMPIRAN 5

### Distribusi Tabel T

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

## LAMPIRAN 6



PEMERINTAH KOTA PALOPO  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

**ASLI**

**IZIN PENELITIAN**  
NOMOR : 256/IP/DPMPPTSP/III/2022

### DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pen dele gasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelempahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

### MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : WENTI ETIKA SARI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Maramba Kab Luwu Timur  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 18 0403 0029

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENJUALAN MASKER DAN HAND SANITIZER DI KOTA PALOPO**

Lokasi Penelitian : KOTA PALOPO  
Lamanya Penelitian : 22 Maret 2022 s.d. 22 Mei 2022

### DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 22 Maret 2022  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

**M.H. IHSAN ASHARUDDIN, S.STP, M.Si**  
Pangkat : Pembina Tk.I  
NIP : 19780611 199612 1 001

### Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Danram 1403 SWG
4. Kapotres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo

## **RIWAYAT HIDUP**

**Wenti Atika Sari**, lahir di Wotu Kabupaten Luwu Timur, pada tanggal 18 November 1999. Penulis merupakan anak ke 3 dari 4 bersaudara yang merupakan anak dari pasangan seorang ayah bernama Sanusi dan ibu bernama Suwarsih. Saat ini penulis bertempat tinggal di Wotu Kabupaten Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2012 di SDN 125 Maramba. Kemudian pada tahun yang sama melanjutkan sekolah di SMP Negeri 3 Wotu dan selesai pada tahun 2015 kemudian melanjutkan pendidikan SMA 2 Luwu Timur. Selanjutnya menempuh pendidikan pada tahun 2018 di Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo. Penulis memilih program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

