

**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KETAHANAN UMKM DI KOTA BENGKULU PADA
MASA PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

RANSEN KASTRA
NIM.1711130054

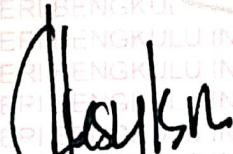
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/1443 H**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang ditulis oleh **Ransen Kastra**, NIM. **1711130054** dengan Judul **“Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Ketahanan UMKM di Kota Bengkulu Pada Masa Pandemi Covid-19”** Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk di ujikan dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

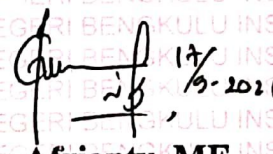
Bengkulu, 23 Juli 2021 M
13 Dzulhijjah 1443 H

Pembimbing I



Dr. Desi Isnaini, MA
NIP. 19741202200642001

Pembimbing II



Nonie Afrianty, ME
NIP. 199304242018012002



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Ketahanan UMKM di Kota Bengkulu Pada Masa Pandemi Covid-19”, oleh Ransen Kastra, NIM: 1711130054, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Senin

Tanggal : 23 Agustus 2021 M / 14 Muharam 1443 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 30 Agustus 2021
21 Muharam 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Eka Sri Wahyuni, MM
NIP.197705092008012014

Penguji I

Eka Sri Wahyuni, MM
NIP.197705092008012014

Sekretaris

Nonie Afrianty, ME
NIP.199304242018012002

Penguji II

Aan Shar, M.M.
NIP.198908062019031008

Mengetahui
Plt. Dekan



Dr. Asnani, MA
NIP.197304121998032003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Ketahanan UMKM di Kota Bengkulu Pada Masa Pandemi Covid-19” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan keputusan yang berlaku.

Bengkulu, 16 Agustus 2021

07 Muharam 1443 H



NIM.1711130054

ABSTRAK

Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Ketahanan UMKM di Kota Bengkulu Pada Masa Pandemi Covid-19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* (produk dan promosi) terhadap variabel *dependen* (ketahanan UMKM). UMKM di Kota Bengkulu yang berjumlah 4.322 dalam penelitian ini dijadikan sebagai populasi. Sedangkan penentuan jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus *slovin* dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan *margin eror* 10%. Hasilnya diperoleh sebanyak 98 pelaku UMKM yang akan menjadi responden dalam penelitian ini. teknik penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan pelaku UMKM yang layak dijadikan responden. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi, *kuesioner* dan dokumentasi. Dalam melakukan uji *validitas* dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* dan nilai *average variance extraced*. Sedangkan uji *reliabilitas* dilakukan dengan melihat nilai *crombach alpha* dan *comsite reliability*. Teknik analisis data menggunakan *partial least square* (PLS) dengan menggunakan *software* SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan produk dan promosi terhadap ketahanan UMKM di Kota Bengkulu.

Kata Kunci: Strategi, UMKM, Mempertahankan Usaha, UMKM Kota Bengkulu

ABSTRACT

The Effect of Products and Promotions on MSME Resilience in Bengkulu City During the Covid-19 Pandemic.

This study aims to determine the effect of the variables *independent* (products and promotions) on the variable *dependent* (SME resilience). MSMEs in Bengkulu City which amounted to 4,322 in this study were used as the population. While the determination of the number of samples taken using the formula *Slovin* using a 90% confidence level and a *margin of error* 10%. The results obtained as many as 98 MSME actors who will be respondents in this study. The sampling technique used was *purposive sampling technique* to determine SME actors who were eligible to be respondents. In collecting data the researchers used observation data collection techniques, *questionnaires* and documentation. In conducting the test, it is *validity* done by looking at the *loading factor* value and the *average variance extracted value*. While the test is *reliability* done by looking at the value of *Cronbach alpha* and *composite reliability*. The data analysis technique used *partial least square* (PLS) using *software SmartPLS*. The results showed that there was a positive and significant effect of products and promotions on the resilience of SMEs in Bengkulu City.

Keywords: Strategy, MSMEs, Maintaining Business, Bengkulu City MSMEs

MOTTO

“Perumpamaan Orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Maha Luas, Maha Mengetahui”

Surat Al-Baqarah Ayat 261

“Perbanyaklah Sedekah niscaya akan mendapatkan banyak barokah”

Ransen Kastra

“Tiada yang salah dengan anda perkerja atau pengusaha, yang salah itu ketika kamu tidak menjadi apa-apa namun mengeluh dengan apa yang ada”

Ransen Kastra

“Kesenangan terbaik adalah prestasi”

Ransen Kastra

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini ku persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tua yang sangat saya cintai dan saya sayangi, Bapak Eksen Pahidi dan Eka Martina, motivator dan sebagai panutan terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan setiap langkahku dan menyanggiku dalam kondisi apapun, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarkanku sampai ketahap ini. Tak cukup ku membalas cinta bapak ibu kepadaku, tak henti-hentinya saya mengucapkan terima kasih kepada kalian, wahai pahlawanku.
2. Adik-adik yang paling saya cintai, Veger Apriansyah, Higoren Bogianto, Nur Aisyah Aufiya, terimakasih atas do'a dan dukungannya, berkat dukungan dan do'a dari kalian aku mampu menumbuhkan semangatku kembali, terimakasih banyak atas nasihat dan masukan yang kalian berikan kepadaku.
3. Dr. Desi Isnaini, MA. selaku pembimbing I tugas akhir jurnal, Berkat bimbingan beliau saya mampu menyelesaikan pendidikan saya di Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN), saya mengucapkan terimakasih banyak atas bimbingannya selama ini, semoga beliau selalu dalam lindungan Allah SWT.
4. Nonie Afrianty, ME. selaku pembimbing II tugas akhir jurnal. Atas segala arahan dan bimbingan beliau saya bisa

- menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu, saya mengucapkan terimakasih banyak atas bimbingannya selama ini, semoga beliau selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, terimakasih untuk semua ilmu yang Bapak Ibu dosen berikan selama saya dalam masa perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, semoga jasa bapak dan ibu bernilai pahala di mata Allah SWT.
 6. Rekan dalam mempersiapkan masa depan yang indah, Lita Andespa, SE. Terimakasih telah menemani setiap langkah dan mempercayai dalam segala hal. Terimakasih juga telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, mendengarkan setiap curahan hati, dan tak henti dalam memberikan semangat.
 7. Kawan seperjuangan EKIS B yang saya banggakan. Terimakasih buat kalian, yang mampu saling menyemangati satu sama lain, saling menguatkan, saling memberikan informasi, dalam mengerjakan tugas akhir.
 8. Seluruh pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan, terimakasih atas do'a, motivasi, dan nasihatnya, sehingga saya bisa mengerjakan tugas akhir saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. yang senantiasa memberikan rahmat dan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Ketahanan UMKM di Kota Bengkulu Pada Masa Pandemi Covid-19” ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat beriring salam selalu tercurahkan kepada roh junjungan kita nabi besar Muhammad SAW. Suri tauladan sepanjang zaman, semoga kita istiqomah menjadi pengikutnya.

Adapun penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyelesaian Skripsi ini, peneliti banyak sekali mendapat dukungan, bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak baik berupa materil maupun spiritual, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. H. Zulkarnain Dali, M.Pd. selaku Plt. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

2. Dr. Asnaini, MA. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Dr. Desi Isnaini, MA, selaku Plt. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Eka Sri Wahyuni, MM, selaku Plt. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
5. Dr. Desi Isnaini, MA. selaku pembimbing I tugas akhir Skripsi, Berkat bimbingan beliau saya mampu menyelesaikan pendidikan saya di Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN), saya mengucapkan terimakasih banyak atas bimbingannya selama ini, semoga beliau selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Nonie Afrianty, ME. selaku pembimbing II tugas akhir Skripsi. Atas segala arahan dan bimbingan beliau saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu, saya mengucapkan terimakasih banyak atas bimbingannya selama ini, semoga beliau selalu dalam lindungan Allah SWT.
7. Kepala perpustakaan IAIN Bengkulu yang telah menyediakan fasilitas buku sebagai referensi penulis.

Dalam penulisan Skripsi ini tentunya masih banyak sekali kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran dari pembaca yang sangat membangun yang akan menyempurnakan Skripsi ini kedepannya.

Bengkulu, 19 Juli M

9 Dzulhijjah 1443 H

Mahasiswa yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ransen Kastra', enclosed within a large, stylized oval flourish.

Ransen Kastra
NIM.1711130057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Penelitian Terdahulu	12
G. Sistematikan Penulisan	15

BAB II KAJIAN TEORI DAN KRANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori	18
1. Produk (<i>Product</i>).....	18
2. Promosi (<i>promotion</i>)	23
3. Ketahanan UMKM.....	26
B. Krangka Berpikir.....	32
C. Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	34

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	34
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
E. Variabel dan Definisi Operasional	38
F. Instrument Penelitian.....	39
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Umum Responden	42
B. Hasil Penelitian	43
C. Pembahasan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kota Bengkulu.....	4
Tabel 2. Kriteria UMKM	24
Tabel 3. Definisi Operasional	44
Tabel 4. Skor Skala Pengukuran	47
Tabel 4. Distribusi Jenis Kelami Responden	49
Tabel 5. Nilai <i>Average Variance Extrated (AVE)</i>	51
Tabel 6. Cronbachs Alpha dan Cumpusite reliability	52
Tabel 7. R Square	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	39
Gambar 2. Diagram Jalur	48
Gambar 3. Model Pertama	50
Gambar 4. Model kedua.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Blangko judul
- Lampiran 2 : Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 3 : SK pembimbing tugas akhir/Skripsi
- Lampiran 4 : Kuesioner
- Lampiran 5 : Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Data Penelitian
- Lampiran 7 : Data Hasil Pengolahan
- Lampiran 8 : Lembar Bimbingan
- Lampiran 9 : Dokumentasi
- Lampiran 10 : *Check Plagiarisme*
- Lampiran 11 : Jurnal Submit
- Lampiran 12 : LOA Jurnal
- Lampiran 13 : Lembar Saran Tim Penguji

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penyakit virus corona jenis baru yang disebut dengan COVID-19, diketahui berasal dari kota Wuhan, Cina. Kasus pertama ditemukan pada akhir Desember 2019. Yang mana setelah itu Covid-19 ini menular ke manusia dengan sangat cepat dan menyebar ke berbagai Negara, termasuk salah satunya adalah negara kita Indonesia. Virus Covid-19 ini menular hanya membutuhkan sedikit waktu untuk menyebar hampir ke semua negara di dunia yaitu hanya dalam beberapa bulan saja, penyebarannya sangat cepat hingga menyebabkan beberapa negara harus membuat dan menerapkan kebijakan untuk melakukan *lockdown* agar dapat mencegah virus corona tersebut.¹

Sedangkan di Negara Indonesia secara bertahap menerapkan kebijakan untuk menangkal penyebaran virus ini, diantaranya; Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), mengeluarkan Perpu Covid-19 (Perpu Nomor 1 Tahun 2020), Stimulus Pariwisata, pembentukan Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional, Penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), Kartu Prakerja, dan

¹ Awalia Septi Aryani Alfia Safitri, Nila Yuliana*, Alfian, Egi Taradipa, "The Effectiveness of Online Learning: The Implementation of Hand Hygiene as a COVID-19 Prevention of the Cognitive and Affective Capabilities of Nursing Students," *ndonesian Journal of STEM Education* 2, no. 1 (2020).

sanksi bagi pelanggar protokol kesehatan.² Kebijakan-kebijakan tersebut dilakukan untuk menekan penyebaran virus Covid-19 dan supaya mata rantai penyebaran virus yang ada di Indonesia dapat di putus. Akibat dari Virus Corona ini memberikan dampak yang serius dari berbagai sector terutama yang paling terdampak itu disektor ekonomi, karena disektor ekonomi ini sangat mempengaruhi pasar nasional ataupun pasar internasional.

Dalam hal ini, yang sangat merasakan dampaknya itu adalah disektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia.³ Hal ini dapat dilihat dari data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, terdapat lebih dari 30.000 UKM yang terdampak dengan wabah Covid-19 per April 2020 dan hampir semua UMKM sudah merasakan kerugian pada usahanya. Kerugian yang dirasakan oleh UMKM rata-rata sudah sekitar 80 %. Selain itu juga dapat diperkirakan jumlah pekerja yang di PHK dan dirumahkan sudah mencapai 2,8 juta orang.⁴ Dimana di Provinsi Bengkulu sendiri per Agustus 2020 sudah sebanyak 16.618 unit yang terdampak Pandemi, dengan 2.385 unit nya berada di Kota Bengkulu.⁵

² Friski Riana and Kukuh S. Wibowo, "Setahun Pandemi Covid-19, Ini Aneka Kebijakan Pemerintah Dan Kritikanya," *Tempo*, March 2021, <https://nasional.tempo.co/read/1437725/setahun-pandemi-covid-19-ini-aneka-kebijakan-pemerintah-dan-kritiknya/full&view=ok>.

³ Puput Mutiara, "Pemerintah Sepakati Penggunaan Istilah Pembatasan Sosial Berskala Besar," *Kemerkopmk.Go.Id*.

⁴ Ferry Sandi, "Ledakan PHK Dan Dirumahkan, 2,8 Juta Pekerja Sudah Kena," *CNBC Indonesia*.

⁵ Pemerintah Provinsi Bengkulu, "Bantu Bangkit Dari Covid-19, UMKM Bengkulu Akan Terima Insentif Dari Pemerintah,"

Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 dalam pasal 1 mendefinisikan bahwa Usaha mikro adalah usaha yang produktif milik individu/perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah suatu usaha ekonomi yang produktif serta perorangan/individu atau berdiri sendiri..⁶

UMKM adalah sektor usaha yang diunggulkan Bank Indonesia karena UMKM mampu mendongkrak sektor perekonomian masyarakat secara mandiri dan mampu mendukung laju pertumbuhan ekonomi. Dalam sepuluh tahun terakhir, pertumbuhan jumlah unit UMKM tahun 2016 – 2019 mengalami peningkatan sebesar 4,2 persen setiap tahunnya dan rata-rata kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia selama 3 tahun terakhir lebih dari 50 persen.⁷

Perkembangan UMKM dari waktu ke waktu terus meningkat. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kota Bengkulu:

Bengkuluprov.Gp.Id.

⁶ Robert T Sataloff, Michael M Johns, and Karen M Kost, “Ummu Maflachatus S, Pengembangan Umkm Desa Kramat Pengolahan Limbah Cangkang Udang (Palaemonidae) Menjadi Produk Makanan Petis” (2020): 1–36.

⁷Gusnar Mustapa and Anis Dwiastanti, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal Dan Strategi Bertahan Umkm Dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha Di Musim Pandemi Covid 19,” *Business and Accounting Education Journal* 1, no. 3 (2020): 228–240.

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kota Bengkulu

Tahun	Jenis Usaha	Jumlah			
		Pelaku UMK M	Tenaga Kerja	Asset (Rp.)	Omset (Rp.)
2017	Perdagangan	2,993	4,374	51,251,366,250	15,130,595,288
	Industri	524	1,099	7,326,221,400	2,663,986,500
	Aneka Jasa	548	1,094	33,503,890,470	6,456,397,500
	Jumlah	4,065	6,567	92,081,478,120	24,250,979,288
2018	Perdagangan	3,399	5,141	26,555,070,000	35,857,790,000
	Industri	600	1,017	7,104,750,000	8,842,450,000
	Aneka Jasa	-	510	2,089,900,000	3,262,225,000
	Jumlah	3,999	6,668	35,749,720,000	47,962,465,000
2019	Perdagangan	3,464	5,176	28,579,070,000	47,696,615,000
	Industri	252	505	2,164,400,000	3,606,825,000
	Aneka Jasa	606	991	7,749,820,000	12,794,600,000
	Jumlah	4,322	6,672	38,493,290,000	64,098,040,000

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bengkulu, 2020

Peran UMKM terhadap perekonomian dapat diketahui dari penjelasan Bappenas, bahwa peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia terdiri dari: Perluasan Kesempatan dibidang kerja dan penyerapan tenaga kerja; Pembentukan pada Produk Domestik Bruto (PDB); Penyediaan pada jaringan penanaman terutama bagi masyarakat yang berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif.⁸

⁸ Nyoman Hendra Wibowo, "Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia," Kompas.Com.

Kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto nasional menyumbang 60% dan berkontribusi 14% pada total ekspor nasional pada tahun 2019. Sedikit lebih kecil dari estimasi Ketua Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia (sAkumido) Ikhsan Ingratubun yang meyakini bahwa total kontribusi UMKM terhadap PDB nasional tahun 2019 mencapai 65% atau sekitar 2.394,5 triliun.⁹

Produk merupakan konsep strategi yang menilai bahwa konsumen menyukai produk-produk yang menawarkan kualitas dan kinerja yang tinggi, serta fitur-fitur yang inovatif.¹⁰ Dengan adanya pandemi Covid-19, konsumen menghindari terjadinya kontak fisik dan beralih untuk melakukan berbagai aktivitasnya secara virtual atau online. Perubahan ini juga membuat belanja online menjadi salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan. Pembelian konsumen bergeser dari produk yang sifatnya keinginan (wants) ke produk yang sifatnya kebutuhan (needs).¹¹ Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu al-tayyibat dan al-rizq. Al-tayyibat merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik.

⁹ JawaPos.com, "Akumindo Yakin Kontribusi UMKM Tahun Ini Capai Rp. 2.394,5 Triliun," *JawaPos*.

¹⁰ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, University Mulawarman, 2017.

¹¹ Cahya Puteri Abdi, "Pandemi Covid-19 Memicu Empat Perubahan Besar Perilaku Konsumen," *Katadata.Co.Id*, last modified 2021, accessed August 26, 2021. <https://katadata.co.id/happyfajrian/brand/605a31cf8e81f/pandemi-covid-19-memicu-empat-perubahan-besar-perilaku-konsumen>.

Al-rizq merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.¹²

Firman Allah swt dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat

¹² B A B III, “Teori Kualitas Produk, Harga Dan Keputusan Pembelian” (Uin Suska Riau, n.d.).

sesuatu itu telah dilepaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan : ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.¹³

Promosi merupakan faktor yang penting untuk mempertahankan usaha, Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan cara yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.¹⁴ seiring dengan adanya gaya hidup, preferensi, prioritas, dan pola pengambilan keputusan pembelian konsumen yang sama sekali baru; dan akhirnya memaksa perusahaan melahirkan pola baru pula dalam memasarkan produk-produknya.¹⁵ Promosi dalam islam dapat dilihat dari Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun cara-cara yang ditetapkan oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Cara yang dilakukan Nabi

¹³ B A B III, "Teori Kualitas Produk, Harga Dan Keputusan Pembelian" (Uin Suska Riau, n.d.)

¹⁴ Mia Mulyani Petri, "Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)," *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2020.

¹⁵ Abdi, "Pandemi Covid-19 Memicu Empat Perubahan Besar Perilaku Konsumen."

Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas. Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. An-Nisa ayat 29 Allah berfirman:¹⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

Berdasarkan tabel 1, jumlah UMKM di Kota Bengkulu dari tahun ke tahun terbilang meningkat, baik dalam hal jumlah maupun dalam hal omzet. Ini menunjukkan bahwa sebelum adanya pandemi Covid-19, perkembangan UMKM di kota Bengkulu cukup baik. Akan tetapi, setelah wabah virus Covid-19 menyebar di Indonesia, kemampuan bertahan UMKM diuji untuk dapat melewati masa pandemi Covid-19. Meski pandemi Covid-19 memunculkan masalah bagi pelaku UMKM dan koperasi, di sisi lain, ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM dan koperasi bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar. Namun demikian bagi jenis usaha jasa seperti rumah makan, warung, kios, dan toko-toko yang menjual kebutuhan

¹⁶ Meri Susanti, “Strategi Promosi Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Uin Raden Intan Lampung, 2016).

rumah tangga, pakaian, dan peralatan kerja, serta kebutuhan sekunder lainnya relatif tidak mampu bertahan.¹⁷ Di Kota Bengkulu sendiri diketahui dari *survey* BPS Bengkulu hingga semester III 2020, 84% UMKM Mengalami Penurunan Pendapatan, 78,35% UMKM Mengalami Penurunan Permintaan Karena Pelanggan Yang Terkena Dampak Covid-19, 56,85% UMKM Mengalami Kendala Bisnis Akibat Tida Bisa Beroperasi Secara Normal. 62,21% UMKM Mengalami Kendala Keuangan Terkait Pegawai Dan Operasional 33,23% UMKM Melakukan Pengurangan Jumlah Pegawai.¹⁸ Moeldoko mengatakan dalam pertemuan para presiden dengan pelaku UMKM, diketahui omzet atau pendapatan para pelaku UMKM Rata-rata di bawah 50%.¹⁹

Belum lagi fenomena yang berkaitan dengan pasar bebas dimana setiap negara pada akhirnya bebas masuk ke negara lain dengan menawarkan produk-produk dengan kualitas baik dan harga terjangkau. Kondisi inilah yang mengharuskan bagi setiap pelaku UMKM tidak boleh terlena, karena dengan pasar bebas, konsumen dimanjakan untuk memilih produk berkualitas dan harga terbaik. Pada akhirnya perusahaan yang mampu menyesuaikan kondisi tersebut yang dapat bertahan yaitu

¹⁷ Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19*, K-Media (Yogyakarta: K-Media, 2020).

¹⁸ Gubernur Rohidin: PEMPROP, “Menu Jasa Keuangan Perlu Penyesuaian Dengan Kondisi UMKM” (2020): 2020/12/22.

¹⁹ Sania Mashabi, “Moeldoko: Omzet UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Rata-Rata Merosot Hingga 50 Persen Artikel Ini Telah Tayang Di Kompas.Com Dengan Judul ‘Moeldoko: Omzet UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Rata-Rata Merosot Hingga 50 Persen,’” *Kompas.Com*.

perusahaan yang mampu terus melakukan upaya inovasi produk baik kemasan, fungsi maupun memproduksi produk baru.²⁰

Dari pemaparan data diatas diketahui fenomena-fenomena baru yang berhubungan dengan produk dan promosi menyebabkan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengalami kendala dalam menjalankan usahanya hingga mengalami penurunan pendapatan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Ketahanan UMKM di Kota Bengkulu Pada Masa Pandemi Covid-19”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian dapat lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar pelaku UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bengkulu.
2. Informasi yang disajikan yaitu : hal yang berhubungan dengan produk dan promosi, factor-faktor yang mempengaruhi ketahanan UMKM, dan hal yang diduga cukup penting dan sangat berpengaruh pada Produk dan

²⁰ Endang Hendrayanti, “Inovasi Efektif: Upaya Mempertahankan Dan Menangkap Pasar Potensial,” *Optimal: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi* 5, no. 1 (2011): 91–102.

promosi terhadap Ketahanan UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

Dihimpun dari pendapat para ahli, rumusan masalah adalah pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah sebuah hal atau kejadian yang berbentuk kalimat tanya yang sederhana, singkat, padat, dan jelas. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah; Bagaimana pengaruh produk dan promosi terhadap ketahanan UMKM di Kota Bengkulu ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh produk dan promosi terhadap ketahanan UMKM di Kota Bengkulu pada masa pandemi Covid-19.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat digunakan oleh Program Studi Ekonomi Syariah untuk senantiasa meningkatkan citra positif Program Studi Ekonomi Syariah. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat

menambah khasanah pengetahuan dan keilmuan dalam kajian studi ilmu Ekonomi Islam.

2. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk penelitian berikutnya dan menambah teori-teori baru untuk penelitian yang sejenis.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Pertama, hasil penelitian Baharudin (2019), berjudul “*Pengaruh Politik, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Kampoeng Kaos Mandailing Natal Sumatera Utara*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh politik, kualitas produk, dan promosi terhadap pengembangan UKM Kampoeng Kaos Madina. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa politik tidak berpengaruh signifikan, kualitas produk berpengaruh secara signifikan, promosi berpengaruh secara signifikan, dan politik, kualitas produk, promosi berpengaruh secara signifikan

terhadap pengembangan usaha.²¹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian ini meneliti pengaruh politik, kualitas produk, dan promosi terhadap pengembangan usaha, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti pengaruh produk dan promosi terhadap ketahanan UMKM. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif.

Kedua, hasil penelitian Anis Dwiastanti dan Gusnar Mustapa (2020), berjudul “*Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal dan Strategi Bertahan UMKM dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha di Musim Pandemi Covid 19*”. Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan atau *explanatory research*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara karakteristik wirausaha, lingkungan eksternal dan strategi bertahan UMKM dalam menjaga keberlangsungan usaha selama masa pandemi, baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil penelitian ini memberikan bukti adanya pengaruh secara parsial antara karakteristik wirausaha, lingkungan eksternal dan strategi bertahan UMKM terhadap keberlangsungan usaha dan karakteristik wirausaha menjadi variabel dominan yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha UMKM di Malang Raya. Penelitian juga membuktikan adanya pengaruh positif dan

²¹ Baharuddin, “Pengaruh Politik, Kualitas Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kampong Kaos Mandailing Natal Sumatera Utara” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019).

signifikan secara serentak antara karakteristik wirausaha, lingkungan eksternal dan strategi bertahan UMKM terhadap keberlangsungan usaha.²² Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini merupakan penelitian penjelasan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama sama meneliti tentang pengaruh suatu variabel terhadap ketahanan UMKM.

Ketiga, hasil penelitian Clarisa Octaviani Mahendra Putri dan Miranti Puspaningtyas (2021), berjudul “*Ketahanan UMKM di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Usaha Jajanan Templek - Mamake di Banyuwangi)*” penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah membahas atau mengkaji aspek pengelolaan UMKM di masa pandemi yaitu seperti faktor apa saja yang mempengaruhi agar usaha bisa bertahan, peluang dan ancaman yang dihadapi menurut pelaku usaha, dan juga strategi apa saja yang digunakan atau bagaimana cara supaya bisa mempertahankan usaha yang telah dimulai tersebut di masa pandemi. Hasil penelitian yang dipaparkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi ketahanan dalam suatu usaha diantaranya ada faktor internal yaitu terdiri dari faktor dari diri sendiri dan kondisi keuangan

²² Mustapa and Anis Dwiastanti, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal Dan Strategi Bertahan Umkm Dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha Di Musim Pandemi Covid 19.”

keluarga/ekonomi, sedangkan faktor eksternal terdiri dari adanya media social dan adanya pelanggan.²³ Perbedaan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Kesamaanya adalah sama-sama meneliti ketahanan UMKM.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan melihat dan memahami pembahasan yang terdapat pada penelitian ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan dalam penelitian ini. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

Penyajian laporan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal memuat halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, surat pernyataan keaslian, abstrak, *abstract*, moto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

²³ Clarisa Octaviani mahendra Putri and Miranti Puspaningtyas, "Ketahanan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19," *NSAFE* 1, no. 3 (2021): 1–12.

2. Bagian Utama

Bagian Utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN TEORI

- A. Kajian Teori yang berisi tentang pembahasan pengertian ketahanan mental dan marketing mix beserta indikator-indikatornya, dan faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan mental pelaku UMKM.
- B. Kerangka Berfikir yang berisi gambaran pemikiran yang dilakukan didalam penelitian ini.
- C. Hipotesis Penelitian berisi dugaan sementara terhadap penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Pendekatan Penelitian
- B. Waktu dan Lokasi Penelitian

- C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel
- D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data
- E. Variabel dan Definisi Operasional
- F. Instrumen Penelitian
- G. Teknik Analisis Data

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisa, serta pembahasan hasil penelitian. Agar tersusun dengan baik diklasifikasikan ke dalam :

- A. Karakteristik Demografis Responden
- B. Hasil Penelitian
- C. Pembahasan

BAB V : PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Produk (*product*)

a. Pengertian Produk

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan serta bisa menghasilkan nilai. Dalam dunia *business* dan *marketing*, produk dapat diartikan segala sesuatu apapun yang bisa ditawarkan ke konsumen disebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.¹ Dalam artian sederhana produk dikatakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sementara itu, pengertian produk menurut Philip Kotler adalah : “sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di bel, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan oleh produsen kepada konsumen sebagai bentuk usaha untuk mencapai sebuah tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.²

¹ kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, ed. kasmir, Revisi. (jakarta: 186-200, 2013).

² Maiti and Bidinger, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Yamaha Pada CV.

a. Indikator Produk

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd (2005: 422) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Indikator kualitas produk yaitu:³

- 1) Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar 37 frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
- 3) Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- 4) Features (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk

³ Aditya Ashari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion" (Universitas Pasundan, 2016).

atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

- 5) Reliability (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
- 6) Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- 7) Perceived Quality (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal.⁴

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi produk

1) Pasar (Market)

Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif. Pasar menjadi lebih besar ruang lingkungannya dan secara fungsional lebih terspesialisasi di dalam barang yang ditawarkan.

⁴ Aditya Ashari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion" (Universitas Pasundan, 2016).

2) Uang (Money)

Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (margin) laba.

3) Manajemen (Management)

Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus, Sesuai tugas masing-masing bagian manajemen.

4) Manusia (Man)

Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus.⁵

5) Motivasi (Motivation)

Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan.

6) Bahan (Material)

Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, Pengusaha memilih bahan dengan

⁵ Aditya Ashari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap

batasan yang lebih ketat daripada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

7) Mesin dan Mekanis (Machine and Mecanization)

Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut.

8) Metode Informasi Modern (Modern Information Method)

Evolusi teknologi komputer membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya.⁶

9) Persyaratan Proses Produksi (Mounting Product Requirement)

Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk

⁶ Aditya Ashari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion" (Universitas Pasundan, 2016)

menekankan pentingnya keamanan dan keterandalan produk.⁷

2. Promosi (*promotion*)

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan sebuah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan suatu produk atau jasa dengan tujuan agar menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi ini, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan dari angka penjualan. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Promosi adalah sarana dari perusahaan untuk mengenalkan dan memberi informasi produknya kepada calon konsumen. Ada beberapa teknik promosi yang digunakan seperti penjualan perseorangan atau individu, pameran dan periklanan.⁸

b. Indikator Promosi

Menurut Tjiptono (2008) Indikator Promosi yaitu :

1) Periklanan

Merupakan salah satu bentuk promosi yang menggunakan media cetak untuk menyampaikan

⁷ Aditya Ashari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion" (Universitas Pasundan, 2016)

⁸ Maiti and Bidinger, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi."

komunikasi kepada konsumen, biasanya melalui media seperti banner, poster, dan lain sebagainya.

2) Penjualan personal

Penjualan personal adalah interaksi langsung, komunikasi tatap muka antara penjual dengan pembeli untuk memperkenalkan produknya.

3) Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah promosi untuk menambah dan mengkoordinasikan kegiatan pengambilan keputusan pembelian, tujuannya untuk menarik pelanggan.

4) Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat yaitu upaya komunikasi menyeluruh untuk mempengaruhi opini, keyakinan dan sikap konsumen terhadap perusahaan.⁹

c. Faktor yang mempengaruhi promosi

Menurut Shinta Ada empat yang mempengaruhi promosi yaitu: dana yang tersedia, sifat pemasaran, sifat produk, dan tahap daur hidup produk.¹⁰

1) Dana yang tersedia

Perusahaan dengan dana yang cukup, dapat membuat promosi yang lebih efektif dari pada perusahaan dengan dana yang terbatas.

⁹ Denty Viana Putri, "Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Type F5.

¹⁰ Denty Viana Putri, "Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Type F5".

2) Sifat pasar

Sifat pasar yang berpengaruh dalam pelaksanaan promosi antara lain adalah :

a) Luas pasar secara geografis

Penjualan personal mungkin sudah mencukupi dalam pasaran lokal, namun dengan meluasnya pasar secara geografis, maka periklanan sudah mulai dipertimbangkan.

b) Jenis pelanggan

Strategi promosi dipengaruhi oleh jenis sasaran yang akan dituju oleh perusahaan, misalnya pemakai industri, pelanggan rumah tangga atau perantara.

c) Konsentrasi pasar

Makin sedikit calon pembeli maka semakin efektif penjualan personal dibandingkan periklanan.

3) Sifat produk

Diperlukan strategi yang berbeda-beda untuk barang konsumsi dan barang industri.

4) Faktor bauran pemasaran

a) Harga yang tinggi sering dianggap konsumen berkorelasi positif dengan kualitas yang juga tinggi, sehingga penggunaan iklan untuk kasus ini lebih tepat karena untuk menginformasikan

kualitas dari produk-produk yang harganya mahal.

- b) Pendistribusian yang dilakukan adalah distribusi langsung maka menggunakan personal selling, sedangkan untuk distribusi tidak langsung maka yang dibutuhkan adalah iklan karena armada penjualan yang dipakai jumlahnya terbatas.¹¹

3. Ketahanan UMKM

b. Pengertian

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) ketahanan berasal dari kata “tahan” yang berarti tetap dalam keadaannya dan kedudukannya meskipun mengalami berbagai hal, tidak mudah rusak, berubah, kalah dan luntur.¹² Ketahanan (*resilience*) dapat didefinisikan dalam banyak cara, tetapi pada dasarnya adalah kemampuan suatu sistem untuk dapat bertahan dari gangguan.¹³ Sedangkan konsep ketahanan didalam islam dapat dilihat dari Firman Allah SWT pada Surat Yusuf ayat 47-49 berikut ini;

¹¹ Putri, “Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Type F5 Pro.”

¹²Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI, *Arti Kata Tahan, Kamus Versi Online/Daring(Dalam Jareingan)*, n.d.

¹³ Wira, *Ketahanan Nasional Dan Bela Negara, Puskom Publik Kemhan* (Jakarta, 2018).

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ (47) ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادًا يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا نُحْصِنُونَ (48) ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْصِرُونَ (49)

“Dia (Yusuf) berkata, agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasa. kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan ditangkainya kecuali sedikit untuk kamu makan” (47) “Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun-tahun sulit), kecuali sedikit apa (bibit gandum) yang kamu simpan” (48) “Setelah itu akan datang tahun, di mana manusia diberi hujan (dengan cukup) dan pada masa itu mereka memeras (anggur)” (49).

Dalam tafsir Ibnu katsir, ditemukan bahwa berapa pun banyaknya hasil yang nanti di dapatkan dari panen di musim subur selama tujuh tahun haruslah dibiarkan hasilnya berlimpah agar dapat disimpan untuk keperluan jangka panjang dan untuk menghindari kebusukan. Al-Qatadah menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan نُحْصِنُونَ bermakna yang kamu simpan sebagai bekal. Maksudnya nanti selama masa paceklik masyarakat Mesir hanya bisa mengkonsumsi makanan hasil panen sebelumnya karena tidak ada hasil panen yang baru. Dalam menafsirkan mimpi Raja, Nabi Yusuf juga menyertakan nasihat agar orang-orang bekerja keras sepanjang masa subur serta melarang mereka bermalas-malasan, jika masa subur tidak dimanfaatkan sebaik-

baiknya, maka hasil panen yang diperoleh tidak cukup untuk pemenuhan pangan di masa paceklik nantinya.¹⁴

Di Indonesia definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di atur dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 dalam pasal 1 mendefinisikan bahwa Usaha mikro adalah usaha yang produktif milik individu/perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah suatu usaha ekonomi yang produktif serta perorangan/individu atau berdiri sendiri. Kemudian badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dikuasai, dimiliki, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau hasil penjualan tahunan atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang tersebut.¹⁵

Dari pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa ketahanan UMKM adalah upaya dari seorang pelaku usaha untuk bertahan pada usaha yang

¹⁴ Samsul Bahri and Raudhatul Jinan, "Berdasarkan Penafsiran Terhadap Surah Yusuf Ayat 47-49" 5, no. 2 (2020): 130–131.

¹⁵ Robert T Sataloff, Michael M Johns, and Karen M Kost, "Ummu Maflachatus S, Pengembangan Umkm Desa Kramat Pengolahan Limbah Cangkang Udang (Palaemonidae) Menjadi Produk Makanan Petis" (2020): 1–36.

dijalankannya meskipun dalam mengalami masalah dalam usahanya, tidak berubah dan tetap bertahan didalam usahanya tersebut baik itu keadaan psikis, dan kejiwaannya agar usahanya tetap berjalan.

c. Kriteria UMKM

Sedangkan kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.¹⁶

Tabel 2. Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Asset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber : Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

¹⁶ Maslakhah, “Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM,” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2017, <http://eprints.stainkudus.ac.id/841/6/6>. BAB II.pdf.

b. Indikator Ketahanan UMKM

Adapun indikator ketahanan mental UMKM meliputi;

- 1) ketahan dalam bekerja (ketekunan)
- 2) ketahanan dalam menghadapi pesaing (daya saing)
- 3) Ketahanan dalam menghadapi kompetisi (tantangan)
- 4) ketahanan dalam masa depan (perubahan).¹⁷

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketahanan UMKM

- 1) Karena meningkatnya penggunaan teknologi digital

Adanya peningkatan jumlah pengguna teknologi digital sehingga bisa menjadi peluang besar bagi para pelaku UMKM. Pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi digital maka mereka memiliki kesempatan yang sama untuk berada di dalam satu platform melalui marketplace dalam hal promosi dan menjualkan produknya.¹⁸

- 2) Adanya Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal meliputi aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek produksi, dan aspek

¹⁷ FX. Suwanto, "Hubungan Antara Ketahanan Fisik Mental Spiritual Dan Kemampuan Mengelola Stres Serta Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Motivasi Kerja," *Jurnal Manajemen* 20, no. 2 (2017): 169.

¹⁸Clarisa Octaviani mahendra Putri and Miranti Puspaningtyas, "Ketahanan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19," *NSAFE* 1, no. 3 (2021): 1–12.

pemasaran. Sedangkan untuk faktor eksternal meliputi aspek teknologi, kebijakan pemerintah, aspek sosial ekonomi, aspek peran lembaga terkait.¹⁹ Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Munizu menunjukkan bahwa faktor-faktor internal dan eksternal tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja usaha mikro dan kecil.²⁰

Selain itu faktor yang paling menentukan yang sifatnya internal yakni adanya inovasi dan kreatifitas pelaku usaha dalam mengembangkan dalam rangka mempertahankan UMKM. Karena kreatifitas adalah suatu kemampuan dalam menciptakan produk baru.²¹

¹⁹ Clarisa Octaviani mahendra Putri and Miranti Puspaningtyas.

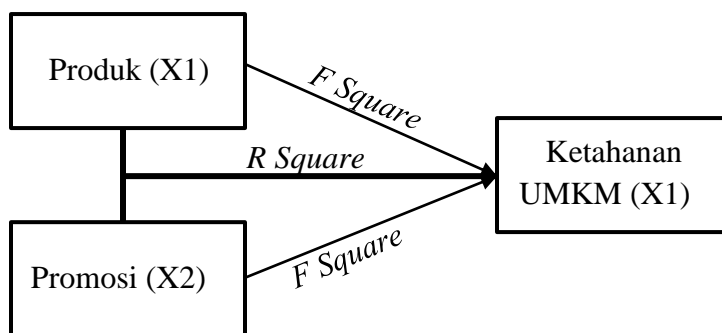
²⁰ Musran Munizu, "Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 12, no. 1 (2010): 33–41.

²¹ Putri and Puspaningtyas, "Ketahanan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19."

B. Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berfikir yang menghubungkan antara produk, tempat, promosi, dan harga terhadap ketahanan mental sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Berpikir



C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara terkait dengan hasil dari penelitian yang dilaksanakan.²² Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Terdapat hubungan signifikan produk terhadap ketahanan UMKM.

H2 : Terdapat hubungan signifikan promosi terhadap ketahanan UMKM.

²²Ade Heryana, "Hipotesis Penelitian," *Eureka Pendidikan*, no. June (2014): 1, <https://www.eurekapedidikan.com/2014/12/hipotesis-penelitian.html>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Sedangkan Menurut Sugiyono penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih.¹

Sedangkan Penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang dalam prosesnya banyak menggunakan angka-angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, hingga penafsiran dari hasilnya. Sedangkan menurut sugiyono, pendekatan kuantitatif ini dapat diartikan sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada *filosofat positivism*, dimana metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat

¹ Saeful Nazar, “Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Distro Heaven” (Universitas Pasundan, 2019).

kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret 2021 sampai ke bulan Juli 2021, lebih tepatnya kurang lebih selama empat bulan sampai dengan penelitian ini selesai. Peneliti menyebar angket pada pelaku UMKM yang memenuhi kriteria untuk menjadi responden, responden ini yang usahanya berdomisili di Kota Bengkulu. Lokasi penelitian berada di Kota Bengkulu. Peneliti mengambil lokasi penelitian ini karena peneliti lebih mengenal seluk beluk kota, sehingga proses penelitian akan mudah dijalankan.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM yang berjumlah 4.322. Dengan populasi yang besar maka akan digunakan pengukuran jumlah sampel, karena tidak mungkin bagi peneliti untuk meneliti dengan populasi yang besar tersebut. Oleh karena itu digunakanlah rumus untuk menentukan sampel, yaitu rumus *slovin*:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas tingkat kekeliruan yang diperbolehkan

² “Metode Penelitian,” *Repository.Unpas.Ac.Id*.

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan *margin eror* 10%, berdasarkan perhitungan menggunakan rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 98 responden. Teknik dalam menentukan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu sudah berdiri minimal 3 tahun dan tidak mengalami penurunan pendapatan secara drastis ketika menghadapi pandemi Covid-19.

D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber asli. Data primer yang digunakan di dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket pada pelaku UMKM di Kota Bengkulu.³

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya

³Khairul Amri Era Susanti, Nilam Sari, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)," *Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2018): 47.

melalui dokumen atau melalui orang lain. Data sekunder di dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bengkulu, Jurnal dan buku yang berkaitan dengan penelitian ini.⁴

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁵ Menurut nana sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.⁶ Terknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam artian yang luas. Observasi tidak hanya sebatas pada pengamatan yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung.⁷

b. Metode Kuisisioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat

⁴ Susanti, Era., Sari, Nilam., Amri, Khairul. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)," *Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* Volume 2, no. 1 (2018): 47.

⁵ "Metode Penelitian."

⁶ "Metode Penelitian."

⁷ "Metode Penelitian."

pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁸ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan koisioner pengukuran skala likert dengan lima opsi jawaban.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi Merupakan teknik pengumpulan data yang didapatkan dari dokumen. Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang mendukung dan tentunya berhubungan dengan penelitian ini, yaitu berupa sumber informasi berupa dokumen seperti data Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kota Bengkulu, Maupun buku dan jurnal ilmiah yang berkaitan.⁹

⁸ Era Susanti, Nilam Sari, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).”

⁹ Era Susanti, Nilam Sari, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).”

E. Variabel dan Definisi Operasional

Tabel 3. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Produk (X1)	Sesuatu yang ditawarkan perusahaan, pengusaha, atau produsen kepada calon konsumen. Baik berbentuk barang, makanan maupun jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> (kinerja) 2. <i>Durability</i> (daya tahan) 3. <i>Conformance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi) 4. <i>Features</i> (fitur) 5. <i>Reliability</i> (reliabilitas) 6. <i>Aesthetics</i> (estetika) 7. <i>Perceived Quality</i> (kesan kualitas)
Promosi (X3)	Adalah sebuah kegiatan untuk menyampaikan atau memberitahu kepada calon konsumen tentang informasi produk yang ingin dipasarkan. Dengan tujuan untuk menarik minat konsumen agar membeli produk yang dijual.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Penjualan personal 3. Promosi penjualan 4. Hubungan masyarakat
Ketahanan UMKM (Y)	Adalah kemampuan UMKM untuk tetap bertahan terhadap kendala-kendala dalam menjalankan usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ketahan dalam bekerja (ketekunan) 2. ketahanan dalam menghadapi pesaing (daya

		saing) 3. Ketahanan dalam menghadapi kompetisi (tantangan) 4. ketahanan dalam masa depan (perubahan)
--	--	--

Sumber : Disarikan dari kajian empiris

F. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data sebuah penelitian yang dilakukan dengan berbagai metode-metode penelitian seperti observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi, memerlukan alat bantu sebagai instrumen. Instrumen yang dimaksud adalah segala sesuatu yang dapat membantu penelitian seperti kamera, buku, pena, pedoman wawancara, koesioner dan lain sebagainya.¹⁰

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen sebagai berikut:

1. Hp, digunakan untuk mendokumentasikan kegiatan penelitian seperti observasi dan lain sebagainya. Dan juga digunakan untuk merekam obrolan ketika pengisian angket.

¹⁰ Muhammad Arif Amiruddin Jabbar, "Analisis Visual Kriya Kayu Lame Di Kampung Saradan Desa Sukamulya Kecamatan Pagaden Kabupaten Subang," 2014, repository.upi.edu.

2. Buku dan pena, digunakan untuk mencatat segala informasi yang penting bagi penelitian.
3. Angket Koesioner, digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti.

G. Teknik Analisis Data

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item *instrument* yang berupa pertanyaan atau pernyataan.¹¹

Jawaban setiap item *instrument* yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Tabel 4. Skor Skala Pengukur

No	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2

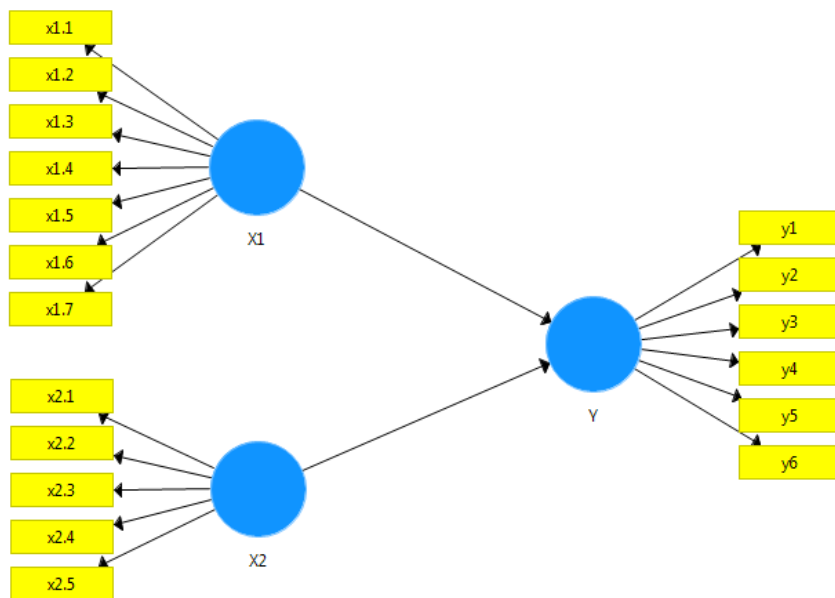
¹¹ Era Susanti, Nilam Sari, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)."

3.	Ragu-Ragu (N)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Jurnal Era Susanti dan Nilam Sari

Hipotesis dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan *software* SmartPLS untuk mengetahui Determinasi produk, tempat, promosi, dan harga secara simultan terhadap ketahanan UMKM di kota Bengkulu.

Gambar 1. Diagram Jalur



Sumber : SmartPLS

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Demografis Responden

Kuesioner disebar luaskan kepada pelaku UMKM di kota Bengkulu dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu 98 responden. Data yang diperoleh menyimpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM berusia lebih dari 30 tahun, dengan usahanya yang telah berdiri lebih dari 3 tahun. Artinya secara kematangan biologis maupun psikologis, mayoritas pelaku UMKM sudah dinilai dewasa. Untuk tingkat pendidikan pelaku UMKM mayoritas dibawa level sarjana, yaitu tingkat SLTA dan SLTP.

Kemudian dilihat dari karakteristik jenis kelamin pelaku UMKM yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 4 Distribusi Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	N	%
1	Laki-Laki	66	67%
2	Perempuan	32	33%
	Jumlah	98	100%

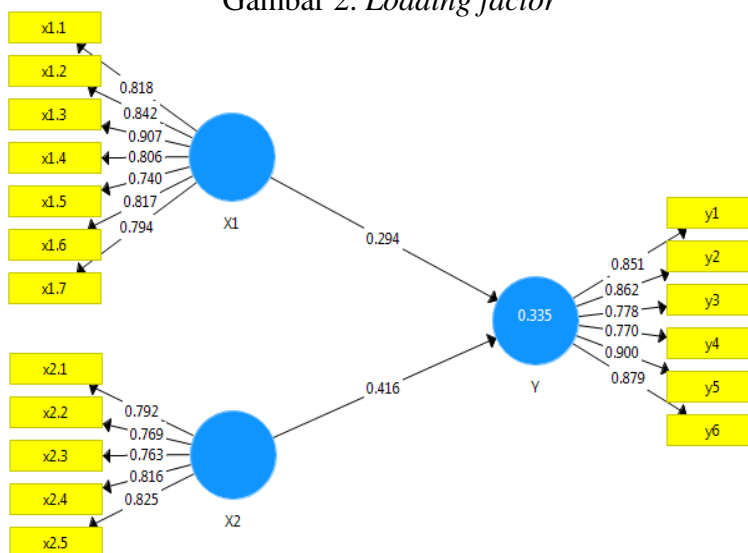
Sumber: Data Primer

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* masing-masing indikator terhadap konstraknya. Pada sebagian besar referensi, bobot faktor sebesar 0,5 atau lebih dianggap memiliki validasi yang cukup kuat untuk menjalankan *konstruk laten*¹. Pada penelitian ini besarnya *loading factor* yang diharapkan 0,70 dengan batas minimal diterima adalah 0.60, dengan syarat nilai AVE setiap konstruk $>0.5^2$.

Gambar 2. *Loading factor*



Sumber : SmartPLS, 2021

¹ Fatwa Tentama and Nina Zulida Situmorang, "Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Hope" 1, no. 2 (2019): 128–135.

² Fatwa Tentama and Nina Zulida Situmorang, "Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Hope" 1, no. 2 (2019): 128–135

Tabel 3. Nilai AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0,671
X2	0,629
Y	0,708

Sumber : SmartPLS, 2021

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari *crombach alpha* dan *compsite reliability* dari masing-masing konstruk.³ Nilai *Composite reliability* yang disarankan adalah lebih dari 0,70 sedangkan nilai *crombach alpha* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,60.⁴ Hasil pengolahan SmartPLS menunjukkan nilai *crombach alpa diatas* 0,60 dan nilai *composite reliability* diatas 0,70 kesimpulannya, seluruh variabel laten telah memenuhi reliabilitas yang dipersyaratkan.

Tabel 6. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
X1	0,918	0,934
X2	0,852	0,894
Y	0,917	0,936

Sumber : SmartPLS, 2021

³ Achmad Setiawan Ardiansyah, "Analisis Kesuksesan Rail Document System (RDS) Pada Pegawai PT. KAI Daop 8 Surabaya" (Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, 2017).

⁴ Achmad Setiawan Ardiansyah, "Analisis Kesuksesan RDS"

3. Analisis Inner Model

Inner model merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.⁵ Evaluasi *inner model* dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat F^2 dan R^2 .

a. Uji F Square

Nilai *f square* pada penelitian ini menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Menurut Sarstedt, Nilai *f square* 0,02 sebagai kecil, 0,15 sebagai sedang, dan nilai 0,35 sebagai besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek.⁶ Nilai *f square* dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 7. F Square

	X1	X2	Y
X1			0,118
X2			0,235
Y			

Sumber : SmartPLS, 2021

⁵ Tegar Alami Nasution, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategic Business-IT Alignment: Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Riau" (Universitas Islam Indonesia, 2019).

⁶ Anwar Hidayat, "Inner Model PLS SEM Dalam SMARTPLS," *Statistikian.Com*, last modified 2021, accessed September 16, 2021, <https://www.statistikian.com/2021/04/inner-model-pls-sem-smart-pls.html>.

Dari tabel diatas diketahui pengaruh variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 0,118 (kategori kecil), dan variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 0,235 (kategori sedang).

b. Uji R Square

Analisis koefisiens determinasi (R Square) digunakan untuk melihat berapa besar variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen* yang dinyatakan dalam persentase.⁷ Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (produk, tempat, promosi, dan Harga) dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ketahanan Usaha). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁸ Chin memberikan kriteria nilai R Square sebesar 0,67, 0,33

⁷ Fahrizal, Zamzami, and Muhammad Safri, "Analisis Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Melalui Kesempatan Kerja Di Provinsi Jambi," *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16, no. 1 (2021): 176.

⁸ Henry Togar et al., "Analisis Pengaruh Roe, Eps, Npm Dan Mva Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Go Public Sektor Food Dan Beverages Di Bei Tahun 2009-2013)," *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 1999 (2015): 4, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

dan 0,19 sebagai kuat, moderat, dan lemah.⁹ Sedangkan R Square Adjusted adalah nilai R Square yang telah dikoreksi berdasarkan nilai standar eror.

Tabel 8. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Y	0,335	0,321

Sumber : *Output Smart PLS,2021*

Hasil perhitungan R^2 pada tabel 8, menunjukkan bahwa nilai R^2 berada pada nilai 0,335. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa R^2 termasuk ke kategori moderat (0,335).

4. Hasil *Bootstrapping*

Nilai path coefficients antar konstruk disini adalah nilai koefisien untuk melihat signifikansi dan kekuatan hubungan antar konstruk. Nilai tersebut digunakan untuk menguji hipotesis. Sarstedt menyatakan, nilai path coefficients berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif.¹⁰

⁹ Gangga Anuraga, Edy Sulistiyawan, and Siti Munadhiroh, "Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IpkM) Di Jawa Timur," *Universitas Airlangga* (2017): 258.

¹⁰ Anwar Hidayat, "Bootstrapping PLS SEM Metode Basic SMARTPLS," *Statistikian.Com*, last modified 2021, accessed September 16,

Tabel 9. *Boostrapping*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X 1 - > Y	0,294	0,310	0,075	3,907	0,000
X2 -> Y	0,416	0,408	0,088	4,727	0,000

Sumber : Smart PLS, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa:

- a. Besarnya koefisien parameter untuk variabel X1 terhadap Y sebesar 0,294 yang berarti terdapat pengaruh positif X1 terhadap Y. Atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi nilai X1 maka Y akan semakin meningkat pula. Peningkatan satu satuan X1 akan meningkatkan Y sebesar 29,4%. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *bootstrap* atau *resampling*, dimana hasil uji koefisien estimasi X1 terhadap Y hasil *bootstrap* adalah sebesar 0,310 dengan nilai t hitung 3,907 dan standar deviasi 0,075. Maka nilai p value adalah $0,000 < 0,10$ sehingga H1 diterima atau yang berarti pengaruh langsung X1 terhadap Y bermakna atau signifikan secara statistik.
- b. Besarnya koefisien parameter untuk variabel X2 terhadap Y sebesar 0,416 yang berarti terdapat pengaruh positif X1 terhadap Y. Atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi nilai X1 maka Y akan semakin meningkat pula.

Peningkatan satu satuan X1 akan meningkatkan Y sebesar 41,6%. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *bootstrap* atau *resampling*, dimana hasil uji koefisien estimasi X1 terhadap Y hasil *bootstrap* adalah sebesar 0,408 dengan nilai t hitung 4,727 dan standar deviasi 0,088. Maka nilai p value adalah $0,000 < 0,10$ sehingga H2 diterima atau yang berarti pengaruh langsung X1 terhadap Y bermakna atau signifikan secara statistik.

C. Pembahasan

Berdasarkan tabel nilai F Square diatas, tidak ada pengaruh yang termasuk ke kriteria F Square $> 0,35$ (besar). Pengaruh dengan kriteria sedang adalah pengaruh X2 terhadap Y, yaitu sebesar 0,235. Dan yang termasuk ke pengaruh kecil adalah pengaruh X1 terhadap Y, yaitu sebesar 0,118. Sedangkan pengaruh yang diabaikan tidak ada karena tidak ada yang mempunyai nilai *f square* $< 0,02$.

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Yang dimana nilai koefisien determinasi itu adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Berdasarkan hasil penelitian di ketahui bahwa nilai *R Square* menjelaskan pengaruh produk dan promosi terhadap ketahanan UMKM adalah sebesar 0,335. Berdasarkan kriteria Chin nilai *R Square* sebesar 0,335 termasuk moderat. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa pengaruh produk dan promosi terhadap ketahanan UMKM sebesar 33,5%, sedangkan sisahnya yaitu 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil *bootstrapping* diketahui bahwa variabel X1 berpengaruh positif signifikan terhadap variabel, serta variabel X2 juga berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y. Sehingga H1 dan H2 diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Baharudin, yang menyatakan kualitas produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap ketahanan usaha. Dan juga didukung oleh penelitian Anis Dwiastanti dan Gusnar Mustapa, yang dimana penelitian ini memberikan bukti bahwa strategi bertahan UMKM memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keberlangsungan usaha. Dapat dipahami bahwa konsumen dalam membeli produk lebih memperhatikan produk, dan keberhasilan usaha ditentukan oleh promosi yang baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah produk berpengaruh terhadap ketahanan usaha sebesar 0,118 (kategori kecil) dan promosi berpengaruh sebesar 0,235 (kategori sedang). Sedangkan nilai *R Square* dalam penelitian ini adalah sebesar 0,335 (moderat) atau sebesar 33,5%. Dimana 66,5% dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk di dalam penelitian ini. Produk berpengaruh positif signifikan terhadap ketahanan UMKM, sehingga H1 diterima. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap ketahanan UMKM, sehingga H2 juga diterima.

B. Saran

Sehubungan dengan kecilnya nilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu sebesar 11,5%, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lain, diantaranya; pemahaman religius, kemampuan manajemen, kesiapan finansial dan lain sebagainya. Selanjutnya peneliti menyarankan untuk tetap menjalankan protokol kesehatan dimasa pandemi, dan terus memupuk kekuatan iman, islam dan ihsan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Cahya Puteri. “Pandemi Covid-19 Memicu Empat Perubahan Besar Perilaku Konsumen.” *Katadata.Co.Id*. Last modified 2021. Accessed August 26, 2021. <https://katadata.co.id/happyfajrian/brand/605a31cf8e81f/pandemi-covid-19-memicu-empat-perubahan-besar-perilaku-konsumen>.
- Admin. “AL-Qur’an - Tentang Tata Ruang Dan Kelestarian Lingkungan.” *Renlitbang.Banjarmasinkota.Go.Id*. Accessed August 27, 2021. <https://renlitbang.banjarmasinkota.go.id/2016/06/al-qur-tentang-tata-ruang-dan.html>.
- Alfia Safitri, Nila Yuliana*, Alfian, Egi Taradipa, Awalia Septi Aryani. “The Effectiveness of Online Learning: The Implementation of Hand Hygiene as a COVID-19 Prevention of the Cognitive and Affective Capabilities of Nursing Students.” *ndonesian Journal of STEM Education* 2, no. 1 (2020).
- Anuraga, Gangga, Edy Sulistiyawan, and Siti Munadhiroh. “Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (IpkM) Di Jawa Timur.” *Universitas Airlangga* (2017): 258.
- Ardiansyah, Achmad Setiawan. “Analisis Kesuksesan Rail Document System (RDS) Pada Pegawai PT. KAI Daop 8 Surabaya Dengan Menggunakan Metode Delone Dan Melean.” Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, 2017.
- Arif Amiruddin Jabbar, Muhammad. “Analisis Visual Kriya Kayu Lame Di Kampung Saradan Desa Sukamulya Kecamatan Pagaden Kabupaten Subang,” 2014. repository.upi.edu.

- Ashari, Aditya. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion.” Universitas Pasundan, 2016.
- Baharuddin. “Pengaruh Politik, Kualitas Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kampoeng Kaos Mandailing Natal Sumatera Utara.” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019.
- Bahri, Samsul, and Raudhatul Jinan. “Berdasarkan Penafsiran Terhadap Surah Yusuf Ayat 47-49” 5, no. 2 (2020): 130–131.
- Bengkulu, Pemerintah Provinsi. “Bantu Bangkit Dari Covid-19, UMKM Bengkulu Akan Terima Insentif Dari Pemerintah.” *Bengkuluprov.Gp.Id*.
- Eny Ernawati. “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Produk Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga Menurut Perspektif Ekonomi Islam.” UIN Raden Intan Lampung, 2016.
- Era Susanti, Nilam Sari, Khairul Amri. “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).” *Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2018): 47.
- Eva Basaria. “Covid-19 Berlanjut, Harga Kebutuhan Pokok Semakin Meningkat.” *Rri.Co.Id*. Last modified 2020. Accessed August 26, 2021. <https://rri.co.id/ekonomi/947102/covid-19-berlanjut-harga-kebutuhan-pokok-semakin-meningkat>.
- Fahrizal, Zamzami, and Muhammad Safri. “Analisis Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Melalui Kesempatan Kerja Di Provinsi Jambi.” *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16, no. 1 (2021): 176.

- Fitriyani, Sandra, Trisna Murni, and Sri Warsono. "Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13, no. 1 (2019): 47–58.
- Handa S. Abidin, S.H., LL.M., Ph.D. "No Title Pengertian Tempat," 2013.
- Hendrayanti, Endang. "Inovasi Efektif: Upaya Mempertahankan Dan Menangkap Pasar Potensial." *Optimal: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi* 5, no. 1 (2011): 91–102.
- Heryana, Ade. "Hipotesis Penelitian." *Eureka Pendidikan*, no. June (2014): 1. <https://www.eurekapedidikan.com/2014/12/hipotesis-penelitian.html>.
- III, B A B. "Teori Kualitas Produk, Harga Dan Keputusan Pembelian." UIN SUSKA Riau, n.d.
- Jannah, Mariatul. "Strategi Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha(Studi Kasus Pada Pasar Baru A Kota Palangka Raya)." IAIN Palangka Raya, 2020.
- JawaPos.com. "Akumindo Yakin Kontribusi UMKM Tahun Ini Capai Rp. 2.394,5 Triliun." *JawaPos*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI. *Arti Kata Tahan, Kamus Versi Online/Daring(Dalam Jareingan)*, n.d.
- kasmir. *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Edited by kasmir. Revisi. jakarta: 186-200, 2013.
- Maiti, and Bidinger. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (1981): 1689–1699.
- Mashabi, Sania. "Moeldoko: Omzet UMKM Di Masa Pandemi

Covid-19 Rata-Rata Merosot Hingga 50 Persen Artikel Ini Telah Tayang Di Kompas.Com Dengan Judul ‘Moeldoko: Omzet UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Rata-Rata Merosot Hingga 50 Persen.’” *Kompas.Com*.

MASLAKHAH. “Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2017. [http://eprints.stainkudus.ac.id/841/6/6.BAB II.pdf](http://eprints.stainkudus.ac.id/841/6/6.BAB%20II.pdf).

Munizu, Musran. “Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 12, no. 1 (2010): 33–41.

Mustapa, Gusnar, and Anis Dwiastanti. “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal Dan Strategi Bertahan Umkm Dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha Di Musim Pandemi Covid 19.” *Business and Accounting Education Journal* 1, no. 3 (2020): 228–240.

Mutiara, Puput. “Pemerintah Sepakati Penggunaan Istilah Pembatasan Sosial Berskala Besar.” *Kemenkopmk.Go.Id*.

Nabilaturrahmah, Ananda, Irfan Aji Wiranata, and Lara Ivona. “Pengaruh Harga Dan Promosi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Grand Wisata Di Masa Pandemi.” *Manajemen* 13, no. 1 (2021): 72–80.

Nasution, Tegar Alami. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategic Business-IT Alignment: Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Riau.” Universitas Islam Indonesia, 2019.

Nazar, Saeful. “Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Distro Heaven.” Universitas Pasundan, 2019.

PEMPROP, Gubernur Rohidin : “Menu Jasa Keuangan Perlu Penyesuaian Dengan Kondisi UMKM” (2020): 2020/12/22.

- Petri, Mia Mulyani. “Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi).” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2020.
- Putri, Clarisa Octaviani mahendra, and Miranti Puspaningtyas. “Ketahanan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19.” *NSAFE* 1, no. 3 (2021): 1–12.
- Putri, Denty Viana. “Pengaruh Fitur Produk, Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Oppo Type F5 Pro.” Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018.
- Rahmawati. *Manajemen Pemasaran. University Mulawarman*, 2017.
- Sakinah, S. “Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” Universitas Muhammadiyah Magelang, 2019. <http://eprintslib.ummgl.ac.id/id/eprint/959>.
- Sandi, Ferry. “Ledakan PHK Dan Dirumahkan, 2,8 Juta Pekerja Sudah Kena.” *CNBC Indonesia*.
- Sataloff, Robert T, Michael M Johns, and Karen M Kost. “Ummu Maflachatus S, Pengembangan Umkm Desa Kramat Pengolahan Limbah Cangkang Udang (Palaemonidae) Menjadi Produk Makanan Petis” (2020): 1–36.
- Soetjipto, Noer. *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. K-Media*. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Susanti, Meri. “Strategi Promosi Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” UIN Raden Intan Lampung, 2016.
- Suwarto, FX. “Hubungan Antara Ketahanan Fisik Mental Spiritual Dan Kemampuan Mengelola Stres Serta Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Motivasi Kerja.” *Jurnal*

Manajemen 20, no. 2 (2017): 169.

Tentama, Fatwa, and Nina Zulida Situmorang. “Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Hope” 1, no. 2 (2019): 128–135.

Togar, Henry, A Mulyo Haryanto, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika, Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, and Jl Soedharto. “Analisis Pengaruh Roe, Eps, Npm Dan Mva Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Go Public Sektor Food Dan Beverages Di Bei Tahun 2009-2013).” *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 1999 (2015): 4. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

Wibowo, Nyoman Hendra. “Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia.” *Kompas.Com*.

Wira. *Ketahanan Nasional Dan Bela Negara. Puskom Publik Kemhan*. Jakarta, 2018.

“Metode Penelitian.” *Repository.Unpas.Ac.Id*.