

**ANALISIS HUBUNGAN STRATEGI HARGA DALAM  
MENJALANKAN USAHA PADA MASA COVID 19  
(Studi Kasus Pelaku UMKM di Kota Bengkulu)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

**ANGGI JAMICHO**  
**NIM 1711130057**

**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 **Anggi Jamicho, NIM. 1711130057** dengan Judul **“Analisis Hubungan Strategi Harga Dalam Menjalankan Usaha Pada Masa Covid 19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Di Kota Bengkulu)”** 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 diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

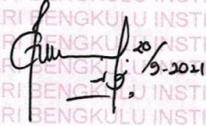
Bengkulu, 23 Juli 2021 M

13 Dzulhijjah 1442 H

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Dr. Desi Isnaini, MA**

  
**Nonie Afrianty, ME**

NIP. 19741202200642001

NIP. 199304242018012002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276 Fax (0736) 51771 Bengkulu

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul “Analisis Hubungan Strategi Harga Dalam Menjalankan Usaha Pada Masa Covid 19 (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kota Bengkulu)”, oleh Anggi Jamicho, NIM: 1711130057, 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 M  
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**

Amimah Oktarina, M.E.  
NIP.199210212018012001

Mengetahui  
Plt. Dekan

Dr. Asnaini, MA  
NIP.197304121998032003



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi yang berjudul “Analisis Hubungan Strategi Harga dalam Menjalankan Usaha Pada Masa Covid 19 (Studi kasus pelaku UMKM di kota Bengkulu)” 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



**Anggi Jamicho**

**NIM.1711130057**

## **MOTTO**

“dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”

**\_Surat Yusuf Ayat 87\_**

“dalam menghadapi masalah dan rintangan hendaklah kita selalu bersyukur, Niscaya pertolongan Allah SWT itu pasti”

**\_Anggi Jamicho\_**

“hadapi masalahmu dengan jiwa pantang mundur, selesaikanlah masalahmu dengan rasa syukur”

**\_Anggi Jamicho\_**

## **PERSEMBAHAN**

SKRIPSI ini ku persembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tua yang sangat saya cintai dan saya sayangi, Bapak Gun Haidi dan Asni, motivator dan sebagai panutan terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan setiap langkahku dan menyayangiku 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. Kakak dan Adik yang paling saya cintai, Deno Efrianto, Dea Agustiana, 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. Ibu 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.

4. Ibu 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.
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. Sahabat seperjuangan Saudari Wulandari. terimakasih atas semangat yang kamu berikan kepadaku, serta mau mendengarkan curhatanku dan omelanku seputaran tugas akhir, kamu selalu memberikan motivasi supaya aku selalu ber-semangat mengerjakan tugas akhir ini, sampai selesai, terimakasih atas semuanya sahabat hidupku.
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.

## ABSTRAK

### Analisis Hubungan Strategi Harga dalam Menjalankan Usaha Pada Masa Covid 19 (Studi kasus pelaku UMKM di kota Bengkulu)

bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan strategi harga terhadap menjalankan usaha dan Bagaimana cara pelaku UMKM dalam mengatasi kesulitan usaha pada masa pandemi Covid 19. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan deskriptif. Populasi UMKM sebanyak 4.322 yang ada di kota Bengkulu. penentuan sampel menggunakan rumus *slovin* dan teknik sampel *purposive sampling*, diperoleh 98 sampel pelaku UMKM sebagai responden dalam penelitian ini. Sumber data dari data primer dan skunder, Teknik pengumpulan data observasi, kuesioner dan dokumentasi. Variabel dan Definisi Operasional dalam penelitian ini yaitu produk, tempat, promosi, harga dan ketahanan. Instrument penelitian skala *likert*. Teknik analisis data menggunakan Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai loading faktor, *crombach alpha* dan composite reliability. Uji persyaratan data dilakukan dengan *convergent validity*, *average variance extraced*, dan *discriminant validity*. Teknik analisis data menggunakan *partial least square (PLS)* dengan melihat *Outer model* menggunakan software SmartPLS 3.0. Dari hasil analisis yang dilakukan dengan *bootstrapping* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan strategi harga dengan menjalankan usaha. Dari hasil analisis data hubungan dari strategi harga dengan menjalankan usaha *t statistic*  $1,545 < 1,66088$  *t* tabel dan nilai *p value*  $0,586 < 0,10$ , hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi harga berhubungan positif dan signifikan terhadap menjalankan usaha. cara pelaku UMKM dalam mengatasi kesulitan usaha Salah satunya yaitu dengan cara menentukan harga sesuai dengan kondisi saat ini, supaya minat dalam membeli produk yang kita pasarkan dapat berjalan dengan stabil.

Kata Kunci: Strategi harga, menajalankan usaha, UMKM Bkl City, Covid 19

## ABSTRACT

### Analysis of Price Strategy Relationships in Running a Business During the Covid 19 Period

(Case study of MSME actors in Bengkulu city)

aims to find out how the price strategy relates to running a business and how MSME actors deal with business difficulties during the Covid 19 pandemic. This research method uses quantitative and descriptive methods. The population of MSMEs is 4,322 in the city of Bengkulu. sample determination using the formula *Slovin* and sampling technique *purposive sampling*, obtained 98 samples of SMEs as respondents in this study. Sources of data from primary and secondary data, observation data collection techniques, questionnaires and documentation. Variables and Operational Definitions in this study are product, place, promotion, price and durability. scale research instrument *Likert*. Data analysis technique using validity and reliability test is done by looking at the value of loading factor, *Crombach alpha* and composite reliability. The data requirements test is carried out with *convergent validity*, *average variance extracted*, and *discriminant validity*. The data analysis technique used *partial least square* (PLS) by looking at the *Outer model* using SmartPLS 3.0 software. From the results of the analysis carried out by *bootstrapping* in this study, it shows that the relationship between price strategy and running a business. From the results of data analysis of the relationship between price strategy and running a business, *t statistic*  $1.545 < 1.66088$  *t table* and *p value*  $0.586 < 0.10$ , these results indicate that the price strategy is positively and significantly related to running a business. One way for SMEs to overcome business difficulties is by determining prices according to current conditions, so that interest in buying the products we market can run stably.

Keywords: Price strategy, running a business, MSME Bkl City, Covid 19

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. yang senantiasa memberikan rahmat dan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul “Analisis Hubungan Strategi Harga Dalam Menjalankan Usaha Pada Masa Covid 19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Di Kota Bengkulu)”, 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.

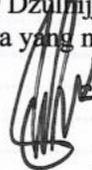
Adapun penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyelesaian Skripsi ini, 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. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, terimakasih banyak untuk semua ilmu dan arahan selama saya dalam masa perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
8. Kepala perpustakaan IAIN Bengkulu yang telah menyediakan fasilitas buku sebagai refrensi 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



**Anggi Jamicho**  
NIM.1711130057

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> ..	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> ..	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> ..	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> ..	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	8
F. Penelitian Terdahulu .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	17
1. Etika Bisnis .....	17
2. Pengertian Strategi Harga .....	18
3. Usaha Mikro Kecil Menengah .....	20
a. Pengertian.....	20
b. Sektor UMKM di Indonesia.....	21
4. Indikator menjalankan usaha .....	24
5. Implementasi Strategi usaha dalam ekonomi islam .....	24
a. Shiddiq (benar dan jujur).....	24
b. Amanah (terpercaya, kredibel) .....	25
c. Fathanah (cerdas) .....	25
d. Tabligh (komunikatif) .....	25

6. Kerangka berpikir .....	26
7. Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	28
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	29
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Variabel dan Definisi Operasional.....	33
F. Instrument Penelitian .....	35
G. Teknik Analisis Data .....	36
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
2. Analisis <i>regresi partial</i> ( <i>Partial Least Square / PLS</i> ).....	39
3. Pengujian <i>Outer Model</i> .....	41
a. <i>Convergen Validity</i> .....	41
b. <i>Average Variance Extraced</i> .....	41
c. <i>Discriminant Validity</i> .....	41
d. <i>Composite Reliability</i> .....	41
e. <i>Cronbach Alpha</i> .....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Responden.....	42
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas .....	44
C. Hasil Penelitian.....	45
1. Analisis <i>Outer Model</i> .....	45
a. Uji <i>Convergent Validity</i> .....	45
b. Uji <i>Convergen Validity</i> setelah modifikasi.....	47
c. <i>Average Variance Extraced</i> .....	47
d. Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	48
e. Uji <i>Composite Reliability</i> .....	49
f. Uji <i>Cronbach's Alpha</i> .....	50
g. Hasil <i>Bootsrapping</i> .....	50
2. Pembahasan Hipotesis .....	52

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	55

**DAFTAR PUSTAK**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kota Bengkulu .....	4
Tabel 2. Definisi Operasional.....	34
Tabel 3. Skor Skala Pengukuran .....	36
Tabel 4. Distribusi Jenis Kelami Responden.....	42
Tabel 5. Nilai <i>Average Variance Extrated</i> (AVE) .....	44
Tabel 6. Cronbachs Alpha dan Cumpusite reliability.....	45
Tabel 7. Nilai AVE Setelah Modifikasi.....	47
Tabel 8. Nilai <i>Cross Loading</i> .....	48
Tabel 11. <i>Composite Reliability</i> .....	49
Tabel 12. <i>Cronbach Alpha</i> .....	50
Tabel 13. <i>Path Coefficients</i> .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir .....	26
Gambar 2. Diagram Jalur.....	40
Gambar 3. Model Pertama.....	43
Gambar 4. Model kedua setelah nilai loading faktor di bawah 0,70 dikeluarkan.....	44
Gambar 5. Model PLS Pertama.....	46
Gambar 6. Model PLS Kedua .....	47
Gambar 7. Diagram <i>Bootsrapping</i> .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Blanko Judul
- Lampiran 2 : Halaman Pengesahan Proposal
- Lampiran 3 : SK Pembimbing
- Lampiran 4 : Kuesioner
- Lampiran 5 : Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Data Hasil Penelitian
- Lampiran 7 : Data Hasil Pengelolaan
- Lampiran 8 : Lembar Bimbingan dan persetujuan pembimbing
- Lampiran 9 : Check Plagiarisme
- Lampiran 10 : Jurnal Submit
- Lampiran 11 : LOA Jurnal
- Lampiran 12 : Lembar Lampiran Saran Penguji
- Lampiran 13 : Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan ingin berhasil dalam menjalankan usahanya, maka dari pada itu para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran. Tentu saja dengan tidak mengabaikan minat beli yang merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Karena salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.<sup>1</sup>

Kotler dan Keller menjelaskan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan: elemen lain menghasilkan biaya. Menurut Swasta harga adalah jumlah (uang ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa.

---

<sup>1</sup> Analisis Strategi Diferensiasi et al., “Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Kopi Coffee Island” 4, no. 1 (n.d.): 460–471.

Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pun telah menjadi kian ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global.<sup>2</sup>

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah. Sebagai gambaran pada tahun 2011-2012, walau sumbangannya dalam output nasional (PDB) hanya sebesar 57,94 persen, namun UMKM memberi kontribusi sebesar 99,9 persen dalam jumlah badan usaha di

---

<sup>2</sup> Dimas Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM ( Studi Pada Batik Diajeng Solo )," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 29 No.1* 29, no. 1 (n.d.): 59–66.

Indonesia serta mempunyai andil 97,24 persen dalam penyerapan tenaga kerja<sup>3</sup>

banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan terjadinya banyak pemutusan hubungan kerja untuk pekerja dan buru yang kemudian menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Bahkan berdasarkan survei Asian Development Bank (ADB) terkait dampak pandemi terhadap UMKM di Indonesia, 88% usaha mikro kehabisan kas atau tabungan, dan lebih dari 60% usaha mikro kecil ini sudah mengurangi tenaga kerjanya.

Harus diakui bahwa pandemi Covid-19 telah membuat menurunnya daya beli masyarakat. Dikarenakan publik telah mengurangi interaksi diluar ruangan untuk menekan persebaran pandemi. Dengan demikian, banyak konsumen yang kemudian menjaga jarak dan mengalihkan pembelian secara digital. Dampaknya banyak UMKM yang harus menutup usahanya karena menurunnya pembelian dan masih tergantung pada penjualan secara luar jaringan (offline). Sehingga beberapa sektor UMKM yang belum beradaptasi secara digital pada akhirnya sangat terdampak hingga menutup gerainya. Meski begitu pandemi Covid-19 secara tidak langsung telah mendorong perubahan baru dalam langgam

---

<sup>3</sup> Dimas Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM ( Studi Pada Batik Diajeng Solo )," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol. 29 No.1 29, no. 1 (n.d.): 59–66.Ibid.

bisnis Indonesia. Perubahan tersebut yaitu beralihnya bisnis offline menuju bisnis digital yang dikenal juga sebagai fenomena kewirausahaan digital. Media sosial dan market place (perantara) dapat menjadi sebuah konsep untuk mempermudah pelaku UMKM.<sup>4</sup>

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kota Bengkulu:

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kota Bengkulu

Tahun	Jenis Usaha	JUMLAH			
		Pelau Usaha UMKM	Tenaga kerja (Org)	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

<sup>4</sup> Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19" 6, no. 2 (2020): 233–247.

	Industri	600	1,017	7,104,75 0,000	8,842,45 0,000
	Aneka Jasa	-	510	2,089,90 0,000	3,262,22 5,000
	Jumlah	3,999	6,668	35,749,7 20,000	47,962,4 65,000
2019	Perdag angan	3,464	5,176	28,579,0 70,000	47,696,6 15,000
	Industri	252	505	2,164,40 0,000	3,606,82 5,000
	Aneka Jasa	606	991	7,749,82 0,000	12,794,6 00,000
	Jumlah	4,322	6,672	38,493,2 90,000	64,098,0 40,000

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bengkulu, 2020<sup>5</sup>

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.

Kota Bengkulu merupakan salah satu kota dengan tingkat kemiskinan tertinggi di Indonesia dan peringkat ke dua di Pulau Sumatra dengan pendapatan masyarakat masih mengandalkan sektor

---

<sup>5</sup> “Data Dari Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Bengkulu 2020” (2020).

pertanian, perkebunan dan hasil laut sementara sektor ekonomi kreatif yang dirasa menjanjikan belum menjadi sektor unggulan di Kota Bengkulu sehingga belum dapat mereduksi masalah kemiskinan di Kota Bengkulu. Sebelum mengatasi permasalahan kemiskinan, pelaku UMKM itu sendiri harus memperhatikan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup UMKM. Salah satunya adalah menyadari betapa pentingnya manajemen keuangan pada UMKM yang harus dipahami oleh pelaku UMKM, dikarenakan jika dalam jangka panjang ketidaktahuan para pelaku UMKM mengenai betapa pentingnya memahami kaidah-kaidah pengelolaan keuangan akan menjadi suatu masalah bagi UMKM tersebut. Dengan memahami kaidah-kaidah dalam manajemen keuangan UMKM, maka diharapkan UMKM di Kota Bengkulu berlahan dapat lebih meningkatkan laba penghasilannya karena dapat memaksimalkan dana yang digunakan dalam kegiatan usaha. Pengelolaan keuangan yang tepat akan menghasilkan sasaran yang tepat pula dalam mencapai tujuan UMKM di Kota Bengkulu sehingga menghasilkan pelaku UMKM yang sejahtera dan pada akhirnya UMKM di Kota Bengkulu bisa survive atau bertahan apalagi dalam menghadapi tatanan hidup yang baru pada saat sekarang ini.<sup>6</sup>

Dari pemaparan data diatas diketahui bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

---

<sup>6</sup> Strategi Pada and Masa New, "Peran Manajemen Keuangan Ummk Di Kota Bengkulu Sebagai Strategi Pada Masa New Normal Covid-19" (2021): 61–76.

mengalami kendala dalam menjalankan usahanya hingga mengalami penurunan pendapatan. Dan ada beberapa cara serta solusi yang dilakukan pelaku UMKM dalam mempertahankan dan menjalankan usahanya pada masa pandemi covid 19, yaitu dengan cara melakukan inovasi produk, mengoptimalkan promosi di media sosial (market place), memperhatikan kebersihan tempat berjualan supaya masyarakat dapat merasa aman dalam berbelanja pada masa pandemi, dan menetapkan harga sesuai dengan keadaan masyarakat saat ini. dimana cara diatas dilakukan bertujuan supaya UMKM dapat bertahan pada masa pandemi covid 19. Oleh karna itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Hubungan Strategi harga Dalam Menjalankan Usaha Pada Masa Covid 19 (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kota Bengkulu)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, adapun rumusan masalah yang di angkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Bagaimana hubungan strategi harga terhadap menjalankan usaha pada masa Covid 19 ?
2. Bagaimana cara pelaku UMKM dalam mengatasi kesulitan usaha pada masa pandemi Covid 19 ?

## **C. Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar

penelitian tersebut 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 UMKM dalam sektor perdagangan, industri, jasa pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bengkulu.
2. Informasi yang dibahas yaitu : bagaimana cara UMKM dalam mengatasi kesulitan usaha pada masa pandemi covid 19, apa saja yang mempengaruhi dalam menjalankan usaha, dan bagaimana hubungan strategi harga terhadap menjalankan usaha pada Masa Covid-19 di Kota Bengkulu.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut,

1. Mengetahui bagaimana hubungan strategi harga terhadap menjalankan usaha Pada masa Covid 19.
2. Mengetahui bagaimana cara pelaku UMKM dalam mengatasi kesulitan usaha pada masa Covid 19.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan supaya dapat memberikan manfaat baik secara teoritis/akademik maupun secara praktis, dimana diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis/Akademik

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber baru ilmu pengetahuan dan keilmuan dalam kajian studi ekonomi islam. Khususnya pada bidang Strategi Pemasaran Ekonomi serta tentunya juga untuk menambah kajian ekonomi.
2. Kegunaan secara Praktis
    - a) Hasil penelitian ini di harapkan mampu memberikan masukan yang berarti bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama, khususnya bagi strategi pemasaran ekonomi.
    - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk para praktisi strategi pemasaran ekonomi.

#### **F. Penelitian terdahulu**

Penelitian terdahulu yang bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan serta acuan, dan untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam bagian pendahuluan ini peneliti mencantumkan hasil dari penelitian terdahulu, sebagai berikut:<sup>7</sup>

1. Agustina Prativi Nugraheni, Octavia Lhaksmi Pramudyastuti, Suci Nasehati Sunaningsih. (2020)

Penelitian Agustina Prativi Nugraheni, Octavia Lhaksmi Pramudyastuti, Suci Nasehati Sunaningsih. (2020), berjudul *“Strategi Pelaku Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19”*

---

<sup>7</sup> B A B Ii and Kajian Pustaka, “‘Tampilan Iklan Televisi Menurut Perspektif Etika Kekristenan’ .” (2004): 9–42.

penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi yang dilakukan para pelaku UMKM pada saat pandemi covid 19.<sup>8</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan bahwa pelaku UMKM melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya selama pandemi covid-19. Beberapa strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM dibagi menjadi tiga strategi yaitu perbaikan kualitas produk, perbaikan kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi.<sup>9</sup>

## 2. Moh Khoiri Abdi, Novi Febriyanti (2020)

Penelitian Moh Khoiri Abdi, Novi Febriyanti (2020) berjudul “*Penyusunan Strategi Pemasaran Islam Dalam Berwirausaha Di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19*” dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kepustakaan (library research), penelitian ini bertujuan peneliti berusaha melakukan penelitian terhadap kajian literatur yang relevan terhadap masalah yang menjadi obyek penelitian. Hasil kajian literatur digunakan untuk

---

<sup>8</sup> Agustina Prativi Nugraheni, Octavia Lhaksmi Pramudyastuti, and Suci Nasehati Sunaningsih, “STRATEGY OF SMEs IN THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD STRATEGI PELAKU UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19,” *Jurnal Akuntansi & Perpajakan* 2, no. 1 (2020): 1–52.

<sup>9</sup> Agustina Prativi Nugraheni, Octavia Lhaksmi Pramudyastuti, And Suci Nasehati Sunaningsih, “Strategy Of Smes In The Covid-19 Pandemic Period Strategi Pelaku Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Akuntansi & Perpajakan* 2, No. 1 (2020): 1–52.

mendeskripsikan strategi pemasaran Islam pada fenomena kewirausahaan di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19.<sup>10</sup>

Sektor UMKM mengalami dampak cukup dalam akibat pandemi Covid-19. Perilaku ini disebabkan adanya penurunan jumlah pembeli dan berubahnya frekuensi belanja masyarakat. Para pelaku usaha didorong untuk melakukan penyesuaian usaha. Salah satunya yang dapat dilakukan adalah dengan penyusunan strategi pemasaran Islam dalam berwirausaha pada sektor ekonomi kreatif melalui STP (Segmenting, Targetting dan Positioning) untuk menarik konsumen dengan konsep halal market, yaitu halal activist, active customers, dan passive customers. Sedangkan faktor pendukung dalam berwirausaha di sektor ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19 agar berjalan secara efektif dan efisien di antaranya adalah promotion, service excellent customers rewards, afiliasi atau kemitraan dan modal sosial.

### 3. Gregorius Rio Alfrian, Endang Pitaloka. (2020)<sup>11</sup>

Penelitian Gregorius Rio Alfrian, Endang Pitaloka. (2020) berjudul *“Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia”*

---

<sup>10</sup> Moh Khoiri Abdi and Novi Febriyanti, “Penyusunan Strategi Pemasaran Islam Dalam Berwirausaha Di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19” (2020): 1–19.

<sup>11</sup> Endang Pitaloka Gregorius Rio Alfrian, “Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6” 6, no. 2 (2020): 139–146.

dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Studi literatur adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti 10 penelitian terdahulu mengenai strategi bertahan UMKM pada masa pandemi covid 19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi UMKM dalam penelitian terdahulu, kemudian di dapatkan hasil ada 5 strategi yang sudah di teliti dari 10 jurnal guna untuk mencegah atau menyelamatkan UMKM yang ada pada kondisi pandemic sekarang ini, 5 strategi UMKM untuk bertahan yaitu:

Mempelajari tentang digital marketing seperti membuat media promosi melalui media sosial, Memperkuat Sumber daya manusia dengan cara menanamkan pembelajara mengenai era globalisasi dan teknologi, Inovasi kreatif untuk membuat konsumen tertarik membeli suatu produk pada masa pandemi.

Meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan lebih detail dan menjamin kebersihan dan keamanan produk, Kebijakan pemerintah terhadap UMKM/ bantuan dari pemerintah seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dana agar UMKM tetap berjalan.

#### 4. Maskarto Lucky Nara Rosmadi (2020)<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Maskarto Lucky and Nara Rosmadi, "Penerapan Strategi B Isnis Di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021" 4, no. 1 (2021): 122–127.

Penelitian Maskarto Lucky Nara Rosmadi. (2020) berjudul *“Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19”* dimana penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis, verifikatif, dan eksploratif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19.

Hasil penelitian yang dilakukan pada usaha kecil diketahui bahwa untuk keberlangsungan usahanya Waroenk Ngemil berupaya untuk memasarkan produk makanannya secara optimal. Strategi pemasaran yang digunakan di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan menggunakan media sosial, antara lain, facebook, instagram, Whatsapp, telegram, serta tergabung dalam usaha online lainnya seperti shopee, go-food, dan grap-food.

5. Skripsi Azky Afidah, (2021)

Penelitian Azky Afidah, 2021, berjudul *“Strategi Bertahan Pedagang Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal)”* Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis strategi bertahan yang telah dilakukan, yaitu: 1) Strategi aktif, dengan meningkatkan kualitas barang dan pelayanan, adanya anggota keluarga yang ikut membantu bekerja, serta penambahan jam kerja, 2) Strategi pasif, yaitu dengan mengurangi persediaan barang dagangan, mengurangi jumlah karyawan, 3) Strategi

jaringan, dengan menjalin hubungan yang baik dengan pembeli, menitipkan barang dagangan di warung terdekat.<sup>13</sup>

6. Skripsi Ridha Nurhaliza, (2021).

Penelitian Ridha Nurhaliza, (2021), berjudul “*strategi bertahan hidup pelaku UMKM sektor pariwisata di masa pandemi covid-19 (studi kasus pedagang souvenir di taan wisata istana maimoon)* “, Hasil penelitian menunjukkan bahwa covid-19 memiliki dampak terhadap perekonomian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kawasan Ekonomi Khusus Kuta Mandalika, dimana besaran pengaruhnya adalah 7,84%. Dari hasil perhitungan dan pembahasan sebelumnya berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana maka dapat disimpulkan bahwa variabel Covid-19 memiliki dampak terhadap variabel Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dimana setiap kenaikan satu satuan Covid-19 akan menghambat perekonomian Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kawasan Ekonomi Khusus Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah.<sup>14</sup>

Kemudian strategi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar tetap eksis usahanya dalam menghadapi Covid-19

---

<sup>13</sup> Azky Afidah, “Di Masa PANDEMI COVID-19 ( Studi Kasus Di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal ) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam” 19 (2021): 1–79.

<sup>14</sup> ridha Nurhaliza, “Strategi Bertahan Hidup Pelaku Umkm Sektor Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Souvenir Di Taman Wisata Istana Maimoon)” 19 (2021): 1–141..

yaitu dengan melakukan strategi pemasaran konvensional menjadi pemasaran online dalam meningkatkan penjualan disetiap UMKM, dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai channel utama pemasaran online. Bagi Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah dapat menjaga keselamatan dan kesehatan masyarakat di Kawasan Ekonomi Khusus Kuta Mandalika Kabupaten Lombok Tengah harus memformulasikan kebijakan yang ideal untuk pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar ekonomi mereka dapat kembali pulih. Kebijakan yang bisa dilakukan dengan memberikan Bantuan Langsung Tunai (*cash money*) atau dengan cara memberikan keringanan membayar pajak pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.<sup>15</sup>

### **G. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan pada skripsi ini ini terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah yang menjelaskan tentang problem dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Teori, berisi pembahasan umum tentang topik atau pokok bahasan, yaitu strategi harga, faktor-faktor yang

---

<sup>15</sup> ridha Nurhaliza, "Strategi Bertahan Hidup Pelaku Umkm Sektor Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Souvenir Di Taman Wisata Istana Maimoon)" 19 (2021): 1–141..

mempengaruhi harga, indikator menjalankan usaha, serta pengertian teori bab dan batasannya.

BAB III : Metode Penelitian, berisi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, lokasi penelitian, teknik dan pengumpulan data, definisi operasional dan skala pengukuran, teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan, menjelaskan bagaimana hubungan strategi harga terhadap menjalankan usaha pada Masa Covid 19.

BAB V : penutup, berisi tentang kesimpulan, saran, dan penutup.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Etika Berbisnis**

Mempelajari beberapa hal tentang etika bisnis sebelum seseorang berbisnis adalah suatu kewajiban. Seperti yang diperintahkan oleh Ali dalam suratnya untuk Malik Asther b. Harith, tentang pengontrolan pasar, pemberantasan pencatut laba, penimbun barang dan pasar gelap. Bahasan tentang etika bisnis mendapat perhatian yang sangat tinggi dalam ekonomi Islam, karena banyak Ulama yang selalu mengungkap hal tersebut dengan jelas. Ibn Misykawayh adalah seseorang yang berbicara tentang keadilan dalam perdagangan, Ibn Taymiyah menjelaskan tentang *public duties* yang mencakup manajemen uang, peraturan timbangan dan ukuran, pengontrolan harga di suatu kondisi tertentu dan keadaan abnormal yang memperbolehkan pemungutan zakat di atas ketentuan shari'ah.

Al-Mawardy menjelaskan tentang pengawasan pasar dan Yahya b. Umar menulis kitab Ahkam al- Suq yang merupakan kitab pertama di dunia yang membahas tentang pengawasan pasar, berbagai hukum pasar, khususnya yang berkaitan dengan dumping (siyasah al- ighraq) dan monopoli (ikhtikar). Berbagai macam usaha yang dilakukan oleh para pemikir ekonomi Muslim di atas adalah ajaran tentang kepercayaan yang berupaya untuk bisa melahirkan

kepercayaan yang transenden . Hal ini merupakan embrio yang sangat baik dalam upaya membangun sebuah perekonomian yang beretika dan selalu mengindahkan kemaslahatan publik di dalamnya.

Agar seorang pengusaha tidak terjebak dalam kerjasama yang tidak berkah dan dapat menimbulkan perilaku antitrust di antara pelaku bisnis. Maka mempelajari beberapa akad kerjasama, jual beli, sewa-menyewa dan yang lainnya, adalah sesuatu yang sangat penting. Seorang pebisnis harus senantiasa meng- update pengetahuannya dalam bidang ekonomi bisnis Islam, agar tidak terjebak dalam transaksi yang tidak halal. Selain itu ia haruslah selalu mengamati peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga, seperti yang telah digulirkan oleh Abu Yusuf.<sup>16</sup>

## **B. Strategi Harga**

### **1. Pengertian.**

Selain itu, strategi penetapan harga juga sangat penting untuk dilakukan. Harga adalah satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran eceran tersebut yang akan mendatangkan laba. Sedangkan unsur-unsur lainnya menghabiskan biaya. Swastha & Irawan mengemukakan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk apabila mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan produk

---

<sup>16</sup> Ajaran Tentang Kepercayaan Et Al., “Ajaran Tentang Kepercayaan ( The Spirit Of Trust ) Transenden ( Transcendental Trust )” (n.d.).

dan pelayanannya. Seperti yang telah diungkapkan dalam pengertian strategi harga, bahwa harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.<sup>17</sup>

## 2. Indikator Harga

Dimana indikator harga adalah sebagai berikut

- a. Memberikan harga produk yang terjangkau oleh masyarakat.
- b. Memberi patokan harga sesuai dengan kualitas produk.

---

<sup>17</sup> Studi Kasus et al., "PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Perumahan Ciujung" 3, no. 02 (2017): 1–11.

- c. Menurunkan harga dibawah harga pasaran untuk menarik konsumen.<sup>18</sup>

### **C. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

#### **1. Pengertian.**

Pengertian UMKM pada umumnya merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh unit usaha atau perorangan yang bergerak di bidang ekonomi yang dilakukan secara mandiri dimana biasanya orang yang menjalankan UMKM ini disebut sebagai pelaku usaha. Aryansayah et al mengatakan UMKM ini menjadi peranan penting di bidang perekonomian di dunia, baik di negara maju maupun Negara berkembang. Menurut Reny dan Dedy dalam perekonomian Indonesia UMKM menjadi salah satu kelompok dalam bidang berbisnis dan mampu bertahan terhadap krisis ekonomi karena memiliki jumlah yang sangat besar.<sup>19</sup>

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

---

<sup>18</sup> Nikmatul Husna, "Strategi Mempertahankan Penjualan Sulaman Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Sulaman Dan Bordiran Putri Ayu Bukittinggi" (2020).

<sup>19</sup> Mariatul Jannah, "Strategi Pedagang Dalam Mempertahankan Usaha (Studi Kasus Pada Pasar Baru A Kota Palangka Raya )" (2020): 1-177.

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.<sup>20</sup>

## 2. Pembagian UMKM di Indonesia.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia di bagi menjadi

### a. Sektor perdagangan.

Perdagangan merupakan salah satu bagian dari kegiatan perekonomian. Perdagangan adalah kegiatan yang mempertemukan produsen dan konsumen yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam UU No.7 Tahun 2014 Pasal 1 disebutkan “Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hakatas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi”. Menurut UU No.7

---

<sup>20</sup> 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.

Tahun 2014 Pasal 3 tentang Pengaturan kegiatan Perdagangan bertujuan untuk:

- 1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional
- 2) Meningkatkan penggunaan dan perdagangan produk dalam negeri
- 3) Meningkatkan kesempatan berusaha dan menciptakan lapangan pekerjaan
- 4) Menjamin kelancaran distribusi dan ketersediaan barang kebutuhan pokok dan barang penting
- 5) Meningkatkan fasilitas, sarana, dan prasarana perdagangan
- 6) Meningkatkan kemitraan antara usaha besar dan koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah, serta pemerintah dan swasta
- 7) Meningkatkan daya saing produk dan usaha nasional  
Meningkatkan citra produk dalam negeri, akses pasar, dan ekspor nasional
- 8) Meningkatkan perdagangan produk berbasis ekonomi kreatif
- 9) Meningkatkan perlindungan konsumen
- 10) Meningkatkan penggunaan SNI
- 11) Meningkatkan perlindungan sumber daya alam

12) Meningkatkan pengawasan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.<sup>21</sup>

a. Sektor Industri.

Industri adalah bidang yang menggunakan keterampilan dan ketekunan kerja dan penggunaan alat-alat di bidang pabrik pengolahan, dan distribusi sebagai dasar. Kemudian industri umumnya dikenal sebagai mata rantai upaya untuk lebih memenuhi kebutuhan (ekonomi) yang berhubungan dengan bumi, yaitu, setelah pertanian, perkebunan, dan pertambangan terkait erat dengan tanah. Posisi industri jauh dari tanah, yang merupakan basis ekonomi, budaya, dan politik.<sup>22</sup>

b. Sektor Jasa

Dalam ilmu ekonomi, jasa atau layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Pengertian jasa menurut para ahli yaitu Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Hurriyati Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat

---

<sup>21</sup> Sektor Perdagangan, D I Kota, and Banda Aceh, "Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Sektor Perdagangan Di Kota Banda Aceh Tahun 2013-2019" V (2020): 7-21.

<sup>22</sup> Aris Kurniawan, "Pengertian Industri – Cabang, Jenis, Tujuan, Faktor, Dampak, Para Ahli" (n.d.).

bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya.<sup>23</sup>

### 3. Indikator dalam menjalankan usaha.

Adapun indikator menjalankan usaha dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Motivasi Usaha.
- b. Keberhasilan Usaha.
- c. Kemampuan Usaha.
- d. Relegius.<sup>24</sup>

## **D. Implementasi Strategi Usaha Dalam Ekonomi Islam**

Di dalam mengelola sebuah usaha, etika pengelolaan usaha harus dilandasi oleh norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh peningkatan prestasi ekonomi dan finansial semata, akan tetapi keberhasilan itu harus diukur pula melalui tolak ukur moralitas dan nilai etika dengan landasan nilai sosial dalam agama.<sup>25</sup>

Impementasi atau penerapan dari pemasran syariah antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Shiddiq (benar dan jujur)

---

<sup>23</sup> dosen pendidikan, "Pembagian Sektor UMKM Di Indonesia" (n.d.).

<sup>24</sup> Chamdan Purnama, "Motivasi Dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil ( Studi Pada Industri Kecil Sepatu Di Jawa Timur )" (n.d.).

<sup>25</sup> Dedi Irawan, "Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu )" (2019).

Jika seorang pengusaha berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, jika seorang pemasar berperilaku shiddiq haruslah menjiwai seluruh prilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya.

b. Amanah (terpercaya, kredibel)

Amanah artinya dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan.

c. Fathanah (cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau kebijaksanaan. Dalam bisnis, implikasi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan.

d. Tabligh (komunikatif)

Sifat tabligh artinya komunikatif dan argumentatif, seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Dia harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara benar dan bi al-hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya.

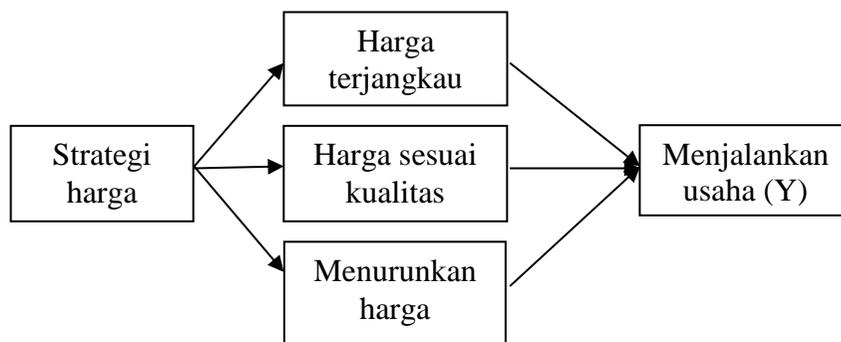
## E. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dimana kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang diteliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.<sup>26</sup>

Variabel penelitian ini yaitu variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Strategi harga (X), sedangkan Variabel dependen/terikat dalam penelitian ini adalah menjalankan usaha (Y)

konseptual yang menghubungkan antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, sebagai berikut:

Gambar 1. Variabel *Independen* (X) dan *Dependen* (Y)



Sumber: Data variabel *independen* dan *dependen* 2020

<sup>26</sup> Dedi Irawan, "Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu )" (2019).

## **F. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian ini berdasarkan kajian teori yang membahas tentang bagaimana hubungan strategi harga terhadap menjalankan usaha. Hipotesis adalah dugaan sementara terkait dengan hasil dari penelitian yang dilaksanakan. Hipotesis secara umum dibagi menjadi dua bagian yaitu hipotesis alternatif dan hipotesis nol.<sup>27</sup> Suatu hipotesis sangat diperlukan mengingat keberadaannya yang akan dapat mengarahkan penelitian. Peneliti akan berupaya melakukan pembuktian terhadap hipotesis untuk diuji kebenarannya.

Hipotesis Alternatif dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Ada hubungan signifikan strategi harga terhadap menjalankan usaha.
2. pelaku UMKM dapat mengatasi kesulitan usaha pada masa Covid 19.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Tidak ada hubungan signifikan strategi harga terhadap menjalankan usaha.
2. pelaku UMKM tidak dapat mengatasi kesulitan usaha pada masa Covid 19.

---

<sup>27</sup> Prof. Dr. Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Ed. Sugyono, Cet Ke-19., 2013.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### 1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. penelitian deskriptif adalah penelitian yang melakukan observasi, wawancara atau angket mengenai keadaan sekarang ini, mengenai subjek yang sedang kita teliti. Melalui angket dan sebagainya kita mengumpulkan data untuk menguji hipotensis atau menjawab suatu pertanyaan. Melalui penelitian deskriptif ini peneliti akan memaparkan yang sebenarnya terjadi mengenai keadaan sekarang ini yang sedang diteliti.<sup>28</sup>

##### 2. Pendekatan Penelitian.

Sedangkan pendekatan penelitian 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 *filsafat positivism*, dimana metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian,

---

<sup>28</sup> B A B Iii and A Deskriptif Kuantitatif, “Metode Penelitian” (2017): 26–36.

analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan<sup>29</sup> Peneliti memilih metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif diantaranya bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

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

### 1. Waktu Penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 Mei 2021 sampai pada tanggal 25 Juni 2021, lebih tepatnya selama satu bulan sampai dengan penelitian ini selesai. Lama waktu penelitian sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

### 2. Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM yang memenuhi kriteria untuk menjadi responden yang usahanya berdomisili di Kota Bengkulu. Dimana kriteria responden yaitu UMKM yang sudah berdiri selama 3 tahun dan tidak mengalami penurunan pendapatan secara drastis ketika menghadapi pandemi covid 19.

---

<sup>29</sup> repository.unpas.ac.id, "Metode Penelitian," *Repository.Unpas.Ac.Id*, last modified 2021, accessed July 15, 2021, [http://repository.unpas.ac.id/31647/6/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/31647/6/BAB%20III.pdf).

## C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM yang berjumlah 4.322.<sup>30</sup> 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*:<sup>31</sup>

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N= Jumlah populasi

e = Batas tingkat kekeliruan yang diperbolehkan

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.

### 2. Sampel.

Teknik dalam pengambilan sampel ditentukan menggunakan *porposive sampling*, dengan kreteria yaitu sudah berdiri minimal 3 Tahun dan tidak mengalami penurunan

---

<sup>30</sup> “Data Dari Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Bengkulu 2020.”

<sup>31</sup> Prof. Dr. Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

pendapatan secara drastis ketika menghadapi pandemi Covid-19.<sup>32</sup>

## **D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber data.**

Sumber data adalah subjek dimana data atau informasi dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti membagi data menjadi dua kelompok :

#### **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.

#### **b. Data Sekunder.**

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya 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.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Prof. Dr. Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.

<sup>33</sup> 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.

## 2. Teknik Pengumpulan Data.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Observasi.

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Menurut nana sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.<sup>34</sup> 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.<sup>35</sup>

### b. Metode Kuisisioner.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan-pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. peneliti disini akan menggunakan teknik angket tertutup untuk mengetahui data tentang strategi bertahan UMKM. Karena menurut peneliti angket tertutup ini yang tepat untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan-pernyataan yang

---

<sup>34</sup> Metode Penelitian Dan Teknik Penelitian (n.d.): 46–54.

<sup>35</sup> repository.unpas.ac.id, “Metode Penelitian.”

diajukan kepada responden. Angket tertutup (*closed questionnaire*) merupakan angket yang pertanyaan-pernyataan yang tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sesuai dengan keinginan mereka.

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.<sup>36</sup>

## **E. Variabel dan Definisi Oprasional**

### **1. Variable Penelitian.**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat dimana variabel bebas (X) yaitu Strategi harga dengan indikator harga terjangkau, harga sesuai kualitas, menurunkan harga. sedangkan variabel terikat yaitu (Y) Menjalankan Usaha.

---

<sup>36</sup> Era Susanti, Nilam Sari, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)."

## 2. Definisi Operasional.

Definisi operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat.<sup>37</sup>

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Nama variabel	Simbol	Definisi Operasional	Alat Ukur
			Indikator	
Strategi Harga X	Harga ( <i>price</i> ) (x)	X4.1	1. Memberikan harga produk yang terjangkau.	<b>S K A L A L I K E R T</b>
		X4.2	2. Memberikan harga patokan yang sesuai kualitas.	
		X4.3	3. Menurunkan harga dibawah pasaran.	
Menjalankan usaha(Y)	Menjalankan usaha(y)	Y1	1. Menghindari stres agar bisa fokus menjalankan usaha	
		Y2	2. Memiliki motivasi yang kuat untuk mendapatkan semangat kerja.	
		Y3	3. Meningkatkan religius	

<sup>37</sup> Prof. Dr. Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*

		Y4	4. Tidak perlu takut/khawatir terhadap virus Covid-19.	
--	--	----	--	--

## F. Instrumen Penelitian

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.<sup>38</sup>

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:

---

<sup>38</sup> Era Susanti, Nilam Sari, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).”

Tabel 3. Skor Skala Pengukuran

No	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (N)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Buku

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

#### a. Uji Validitas.

Uji Validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai *loading* faktor 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. Pada penelitian ini besarnya *loading* faktor yang diharapkan 0,70 dengan batas minimal diterima adalah 0.6, dengan syarat nilai AVE setiap konstruk  $>0.5$ .

#### 1) *loading factor*.

*Loading factor* adalah besar korelasi antara indikator dengan konstruk latennya. Pada banyak penelitian sosial, pengukuran suatu konstruk sangat sering dilakukan secara tidak langsung melalui indikator-indikatornya. Indikator

dengan *loading factor* yang tinggi memiliki kontribusi yang lebih tinggi untuk menjelaskan konstruk latennya. Sebaliknya pada indikator dengan *loading factor* rendah memiliki kontribusi yang lemah untuk menjelaskan konstruk latennya. Ghazali mengatakan bahwa bobot faktor sebesar 0,50 atau lebih dianggap memiliki validasi yang cukup kuat untuk menjelaskan konstruk laten. Walaupun pada sebagian referensi lainnya Sharma, dan Ferdinand menjelaskan bahwa *loading faktor* paling lemah yang bisa diterima adalah 0,40.<sup>39</sup>

2) *Average Variance Extracted (AVE)*.

*Average variance extracted (AVE)* merupakan koefisien yang menjelaskan varian di dalam indikator yang dapat dijelaskan oleh faktor umum. Sebagian ahli melihat koefisien ini merupakan varian dari estimasi reliabilitas konstruk, sebagian lainnya melihat koefisien ini merupakan properti yang mengungkap validitas diskriminan. Dalam hal ini penulis mendukung koefisien AVE sebagai properti validitas diskriminan karena koefisien ini menggambarkan interkorelasi internal yaitu korelasi antar indikator di dalam model.

---

<sup>39</sup> Wahyu Widhiarso, "Estimasi Reliabilitas Pengukuran Dalam Pendekatan Model Persamaan Struktural" (2020): 1–8.

Besarnya nilai AVE minimal yang direkomendasikan adalah 0,5. Jika nilai AVE didapatkan lebih besar dari 0,5 maka indikator-indikator di dalam model yang dikembangkan terbukti benar-benar mengukur konstruk laten yang ditargetkan dan tidak mengukur konstruk laten yang lain. Fornell dan Larcker's menjelaskan bahwa sebuah konstruk laten memiliki validitas diskriminan yang memuaskan apabila memiliki nilai AVE yang lebih besar daripada korelasi kuadrat konstruk laten tersebut dengan konstruk laten lainnya.

b. Uji Reliabilitas.

Uji Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari *cronbach alpha* dan *composite reliability* dari masing-masing konstruk. Nilai *Composite reliability* yang disarankan adalah lebih dari 0,70 sedangkan nilai *cronbach alpha* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,60.<sup>40</sup>

1) *Cronbach Alpha*.

*Alpha Cronbach* Sugiyono mengatakan bahwa rumus *Cronbach Alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 0 dan 1, misalnya angket atau soal bukan uraian. Nilai *cronbach alpha* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,60.

2) *Composite Reliability*.

---

<sup>40</sup> Ibid.

Chin dalam Hartono mengatakan *Composite reliability* mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Salisbury, Chin & Newster dalam Hartono mengatakan *Composite reliability* dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk. (fotnot penerapan csr) Hair et al dalam Hartono mengatakan *Rule of Thumb* nilai alpha atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0.7 meskipun 0.6 masih dapat diterima.

2. Penelitian ini juga menggunakan analisis *regresi partial (Partial Least Square / PLS)*, dimana alasan peneliti dalam menggunakan analisis PLS ini guna untuk mencari hal baru, dan juga untuk menguji keempat hipotesis yang diajukan didalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis akan dianalisis menggunakan *software SmartPLS 3.0* untuk menguji hubungan antar variabel.

Langkah-langkah dalam analisi dengan *Partials Least Square* yaitu:<sup>41</sup>

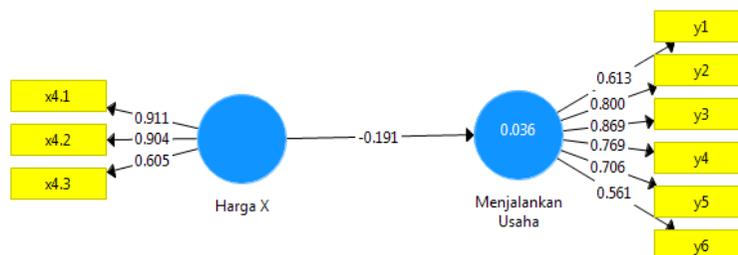
- a. Langkah pertama: merancang Model Pengukuran (*outer model*). Yaitu peneliti mendefinisikan dan menspesifikasi hubungan antara *konstrak laten* dengan indikatornya, apakah bersifat *reflektif* atau *formulatif*.

---

<sup>41</sup> Nur Endang Luhulima, "Hubungan Lingkungan Kerja, Kompensasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Guru MTS Negeri Di Kota Malang," 2018.

- b. Langkah kedua: Mengkonstruksi Diagram Jalur. Hal ini bertujuan untuk memvisualisasikan hubungan antar indikator dengan konstraknya serta antar konstrak.

Gambar 2. Diagram Jalur



Sumber: data Smart PLS

- c. Langkah ketiga: Estimasi Model  
 Pada langkah ini, ada tiga skema pemilihan *weighting* dalam proses estimasi model, yaitu *factor weighting scheme*, *centroid weighting scheme*, dan *Path weighting scheme*.
- d. Langkah keempat: *Goodness of Fit* atau evaluasai model, meliputi evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.
- e. Langkah kelima: Pengujian hipotesis dan interpretasi.

### 3. Pengujian Outer Model.

Analisa Outer Model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan diantaranya:<sup>42</sup>

- a. *Convergen Validity*. Nilai *convergen Validity* adalah nilai *loading faktor* pada variabel *laten* dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan adalah  $>0.7$ . atau sering digunakan 0.6 sebagai batas minimal.
- b. *Average Variance Extraced (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan adalah  $>0.5$ .
- c. *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah kostruk memiliki deskriminan yang memadai, dengan cara membandingkan nilai loading pada kostruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan nilai *loading* dengan *konstruk* yang lain.
- d. *Composite Reliability*. Data yang memiliki *composite reliability*  $>0.7$  mempunyai reliabilitas yang tinggi.
- e. *Cronbach Alpha*. Nilai reliabilitas diperkuat dengan *cronbach Alpha*. Nilai yang diharapkan adalah  $>0.6$  untuk semua kostruk.

---

<sup>42</sup> Wahyu Widhiarso, "Estimasi Reliabilitas Pengukuran Dalam Pendekatan Model Persamaan Struktural."

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Responden**

Kuesioner disebar luaskan kepada pelaku UMKM di kota Bengkulu dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu 98 responden. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner menyimpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM berusia lebih dari 30 tahun. dengan usahanya yang telah berdiri lebih dari 3 tahun. Dapat peneliti simpulkan bahwa secara kematangan biologis maupun psikologis, mayoritas pelaku UMKM sudah dinilai dewasa dan mampu dalam mengatasi keterpurukan ekonomi pada masa pandemi covid 19 di Kota Bengkulu. Dimana 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%

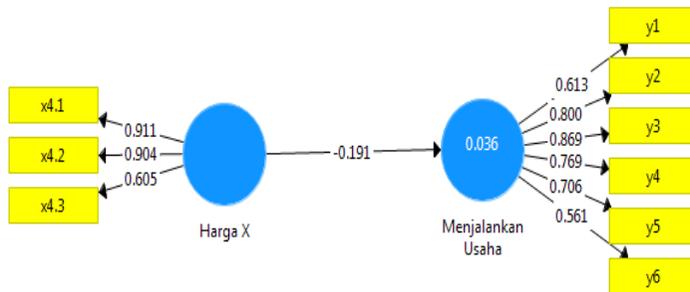
Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner ke Pelaku UMKM

## B. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Pada penelitian ini besarnya *loading faktor* yang diharapkan 0,70 dengan batas minimal diterima adalah 0.60, dengan syarat nilai AVE setiap konstruk >0.5. berikut ini merupakan hasil dari uji yang telah di lakukan.

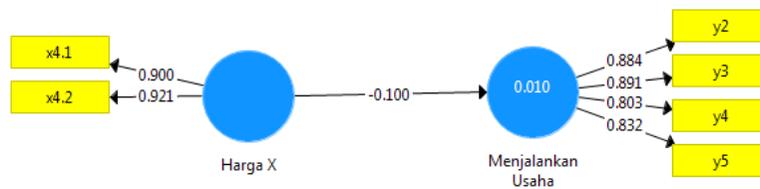
Gambar 3. Model Pertama



Sumber: data Smart PLS

Setelah melakukan uji di atas kemudian di dapatkan hasil ada beberapa indikator yang perlu dikeluarkan dari model setelah melalui pengolahan SmartPLS 3.0, yaitu indikator : X4.3, Y1, Y6. Karena indikator tersebut mempunyai nilai di bawah dari apa yang di inginkan.

Gambar 4. Model kedua setelah nilai loading faktor dibawah 0,70 dikeluarkan



Sumber: data Smart PLS

Tabel 5. Nilai AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
Strategi Harga X	0,829
Menjalankan Usaha Y	0,728

Sumber: data Smart PLS

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilihat dari nilai *crombach alpha* dan *compsite reliability* dari masing-masing konstruk. Nilai *crombach alpha* yang diharapkan adalah lebih dari 0,60. Sedangkan nilai *Composite reliability* yang diharapkan adalah lebih dari 0,70.

Tabel 6. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>
<b>Strategi Harga X</b>	<b>0,794</b>	<b>0,906</b>
<b>Menjalankan Usaha</b>	<b>0,891</b>	<b>0,914</b>

Sumber: data Smart PLS

Hasil pengolahan SmartPLS menunjukkan nilai *cronbach alpa diatas* 0,60 dan nilai *composite reliability* diatas 0,70 kesimpulannya, seluruh konstruk telah memenuhi reliabilitas yang dipersyaratkan.

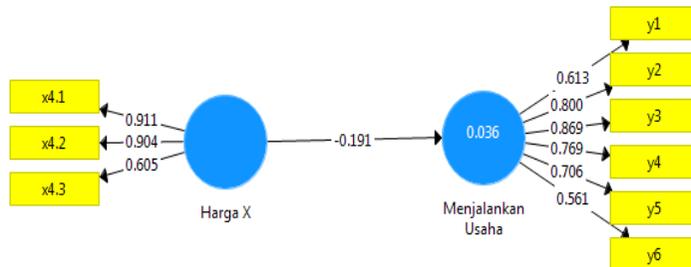
### C. Hasil Penelitian

#### 1. Uji Convergent Validity.

Convergent Validity bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antar indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Validitas convergen dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara skor item atau komponen skor dengan skor variabel laten atau konstruk skor yang diestimasi dengan program PLS.

Berikut adalah hasil kalkulasi dengan *software* SmartPLS. Selanjutnya dilihat nilai loading faktor indikator-indikator pada setiap variabel, apabila terdapat nilai *loading faktor* dibawah 0,70 sebaiknya tidak digunakan.

Gambar 5. Model PLS Pertama



Sumber: data Smart PLS

a. Variabel X (Strategi Harga)

Pada variabel harga X terdapat indikator  $X_{4.3}$  yang mempunyai nilai *loading faktor* dibawah 0,70, indikator tersebut hanya memiliki nilai *loading faktor* sebesar 0,605. Disini peneliti memutuskan untuk menghapus atau mengeluarkan variabel  $X_{4.3}$  dari model.

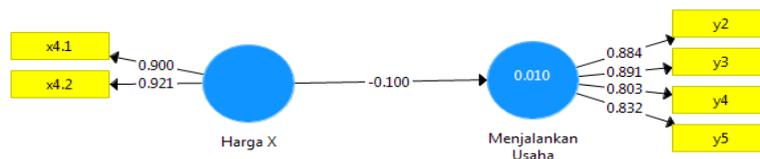
b. Variabel Y (Menjalankan usaha)

Pada Variabel Y terdapat indikator  $Y_1$ ,  $Y_6$ . yang mempunyai nilai *loading faktor* dibawah 0,70, dimana nilai  $Y_1$  sebesar 0,613, dan nilai  $Y_6$  sebesar 0,561 Sehingga peneliti memutuskan untuk menghapus variabel tersebut dari model.

## 2. Uji *Convergen Validity* setelah modifikasi

Berikut gambar hasil kalkulasi model Smart PLS setelah indikator yang tidak memenuhi syarat nilai *loading faktor* dihapus, dalam Gambar 6 dapat dilihat nilai *loading faktor* indikator-indikator setiap variabelnya tidak ada lagi yang dibawah 0,70 dengan demikian analisis dilanjutkan pada uji *Discriminan Validity*.

Gambar 6. Model PLS Kedua



Sumber: data Smart PLS

## 3. Uji *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabe 7. Nilai AVE Setelah Modifikasi

	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Strategi Harga X</b>	<b>0,829</b>
<b>Menjalankan Usaha Y</b>	<b>0,728</b>

Sumber: data Smart PLS

Dari Tabel 7, dapat dilihat bahwa nilai AVE masing-masing konstruk sudah memenuhi syarat yaitu  $>0,5$ . Oleh karena itu tidak ada permasalahan konvergen validitas pada model yang diuji

sehingga konstruk dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

#### 4. Uji *Discriminant Validity*

*Diskriminan Validity* melihat nilai *cross loading* pengukuran konstruk. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki *discriminant Validity* yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya.

Tabel dibawah ini menunjukkan hasil validitas deskriminan dari model penelitian dengan melihat nilai *cross loading*nya.

Tabel 8. Nilai *Cross Loading*

	<b>Strategi Harga X</b>	<b>Menjalankan Usaha</b>
<b>x4.1</b>	0,900	-0,086
<b>x4.2</b>	0,921	-0,096
<b>y2</b>	-0,099	0,884
<b>y3</b>	-0,103	0,891
<b>y4</b>	-0,023	0,803
<b>y5</b>	-0,018	0,832

Sumber: data Smart PLS

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa indikator harga lebih tinggi berkorelasi dengan konstruknya masing-masing. Hal ini

berarti indikator tersebut dapat menjelaskan bahwa variabel harga lebih baik dibandingkan dengan indikator dari blok lainnya.

#### 5. Uji *Composite Reliability*

Outer model selain diukur dengan menilai *convergent validity* dan *validitas diskriminan* juga dapat dilakukan dengan melihat *reliabilitas konstruk* atau variabel *laten* yang diukur dengan melihat *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur kosntruk.

Tabel 11. *Composite Reliability*

	<b>Composite Reliability</b>
<b>Strategi Harga X</b>	<b>0,906</b>
<b>Menjalankan Usaha Y</b>	<b>0,914</b>

Sumber: data Smart PLS

Dari tabel 11, dapat diketahui nilai *composite reliability* untuk semua konstruk berada diatas nilai 0,70. Dengan demikian disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki *reliabilitas* yang baik sesuai sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan.

## 6. Uji *Cronbach's Alpha*

*Outer model* selain diukur dengan menilai *convergent validity* dan validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur dengan melihat *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur kosntruk. Konstruk dinyatakan *reliabel* jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 12. *Cronbach Alpha*

	<b>Cronbach's Alpha</b>
<b>Strategi Harga X</b>	<b>0,794</b>
<b>Menjalankan Usaha Y</b>	<b>0,891</b>

Sumber: data Smart PLS

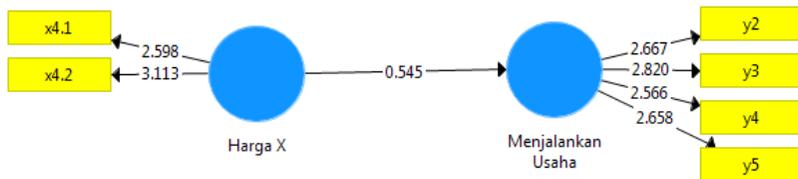
Dari tabel 11, dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk semua konstruk berada diatas nilai 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki *reliabilitas* yang baik sesuai sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan.

## 7. Hasil *Boostrapping*

Dalam Smart PLS, pengujian setiap hubungan dilakukan dengan menggunakan simulasi dengan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Pengujian ini bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian. Hasil pengujian

dengan metode *bootstrapping* dari analisis Smart PLS sebagai berikut.

Gambar 7. Diagram *Boostrapping*



Sumber: data Smart PLS

Tabel 13. *Path Coefficient*

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
<b>Strategi Harga X-&gt;Menjalankan Usaha</b>	-0,100	-0,086	0,184	0,545	0,586

Sumber: data Smart PLS

Pada tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan Smart PLS yang menyatakan hubungan langsung antara variabel. Dikatakan ada hubungan langsung jika nilai *p-values* < 0,10 dan dikatakan tidak ada hubungan jika nilai *p-values* >0,10. Berdasarkan tabel 13, maka dapat dinyatakan sebagai berikut :

Variabel Strategi harga berhubungan signifikan terhadap variabel menjalankan usaha dengan nilai *p-values*  $0,586 < 0,10$ .

## 8. Pembahasan

a. Bagaimana hubungan strategi harga dengan menjalankan usaha. Dari hasil analisis data hubungan dari strategi harga dengan menjalankan usaha *t statistic*  $1,545 < 1,66088$  *t* tabel dan nilai *p value*  $0,586 < 0,10$ , hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi harga berhubungan positif dan signifikan terhadap menjalankan usaha. Berdasarkan analisis diatas, disimpulkan bahwa hubungan strategi harga dengan menjalankan usaha adalah positif dan signifikan dalam meningkatkan usaha.

b. mengatasi kesulitan dalam menjalankan usaha pada masa pandemi Covid 19. Dalam mengatasi kesulitan melakukan atau menjalankan usaha pada saat sekarang ini, pelaku UMKM harus memperhatikan berbagai aspek atau faktor yang dapat memberikan solusi dalam menjalankan usaha pada masa covid 19 di kota Bengkulu. Salah satunya yaitu dengan cara menentukan harga sesuai dengan kondisi saat ini, supaya minat dalam membeli produk yang kita pasarkan dapat berjalan dengan stabil.

Dimana variabel strategi harga (X) berhubungan positif dan signifikan terhadap menjalankan usaha (Y). dapat saya jelaskan bahwa strategi harga berdampak positif dalam

menjalankan usaha, melakukan penentuan harga haruslah sesuai dengan kualitas dan kuantitas suatu produk yang kita hasilkan. Karena harga merupakan suatu nilai jual suatu produk, dengan demikian kebijakan penetapan harga sangat penting dan harus dipikirkan dengan hati-hati supaya tujuan usaha yang kita jalankan dapat tercapai dan juga selaku pelaku usaha haruslah berlaku jujur dan adil dalam penentuan harga demi kelancaran usaha yang sedang kita jalankan, terutama pada saat masa covid 19 ini kita harus pintar dalam menentukan suatu harga jual. Dalam menentukan harga kita harus melihat beberapa aspek berikut ini:

- a. kualitas barang yang dihasilkan
- b. keterjangkauan harga oleh masyarakat
- c. daya saing harga
- d. kesesuaian harga dengan manfaat

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Analisis Hubungan Strategi Harga Dalam Menjalankan Usaha Pada Masa Covid 19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Di Kota Bengkulu)” adalah sebagai berikut:

1. Hubungan strategi harga dengan menjalankan usaha,  $t$  statistic  $0,545 < 1,66088$   $t$  tabel dan nilai  $p$  value  $0,586 < 0,10$ , hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi harga mempunyai hubungan positif dan signifikan. Berdasarkan analisis diatas, disimpulkan bahwa strategi harga mempunyai dampak yang bagus dalam membantu menjalankan usaha pada masa Covid 19 di Kota Bengkulu. dengan demikian kebijakan penetapan harga sangat penting dan harus dipikirkan dengan hati-hati supaya tujuan usaha yang kita jalankan dapat tercapai dengan baik.
2. mengatasi kesulitan dalam menjalankan usaha pada masa pandemi Covid 19 dalam mengatasi kesulitan melakukan atau menjalankan usaha pada saat sekarang ini, pelaku UMKM harus memperhatikan berbagai aspek atau faktor yang dapat memberikan solusi dalam menjalankan usaha pada masa covid 19 di kota Bengkulu. Salah satunya yaitu dengan cara menentukan harga sesuai dengan kondisi saat

ini, supaya minat dalam membeli produk yang kita pasarkan dapat berjalan dengan stabil. Dimana variabel strategi harga (X) berhubungan positif dan signifikan terhadap menjalankan usaha (Y). dapat saya jelaskan bahwa harga berdampak positif dalam menjalankan usaha, melakukan penentuan harga haruslah sesuai dengan kualitas dan kuantitas suatu produk yang kita hasilkan. Karena harga merupakan suatu nilai jual suatu produk, dengan demikian kebijakan penetapan harga sangat penting dan harus dipikirkan dengan hati-hati supaya tujuan usaha yang kita jalankan dapat tercapai dan juga selaku pelaku usaha haruslah berlaku jujur dan adil dalam penentuan harga demi kelancaran usaha yang sedang kita jalankan, terutama pada saat masa covid 19 ini kita harus pintar dalam menentukan suatu harga jual. Dalam menentukan harga kita harus melihat beberapa aspek berikut ini:

- a. kualitas barang yang dihasilkan.
- b. keterjangkauan harga oleh masyarakat.
- c. daya saing harga.
- d. kesesuaian harga dengan manfaat

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk meningkatkan kemampuan dalam mempertahankan usaha pada masa pandemi covid 19, pelaku UMKM harus memperhatikan strategi apa yang harus dilakukan pada masa pandemi covid 19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Moh Khoiri, and Novi Febriyanti. “Penyusunan Strategi Pemasaran Islam Dalam Berwirausaha Di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19” (2020): 1–19.
- Afidah, Azky. “Di Masa PANDEMI COVID-19 ( Studi Kasus Di Desa Jejeg Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal ) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam” 19 (2021): 1–79.
- Arianto, Bambang. “Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19” 6, no. 2 (2020): 233–247.
- Aris Kurniawan. “Pengertian Industri – Cabang, Jenis, Tujuan, Faktor, Dampak, Para Ahli” (n.d.).
- Diferensiasi, Analisis Strategi, Kualitas Produk, D A N Harga, Keputusan Pembelian, D I Rumah, and Kopi Coffee. “Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Kopi Coffee Island” 4, no. 1 (n.d.): 460–471.
- Dimas Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti. “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM ( Studi Pada Batik Diajeng Solo ).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 29 No.1* 29, no. 1 (n.d.): 59–66.
- dosen pendidikan. “Pembagian Sektor UMKM Di Indonesia” (n.d.).
- 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.

- Gregorius Rio Alfrian, Endang Pitaloka. “Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6” 6, no. 2 (2020): 139–146.
- Husna, Nikmatul. “Strategi Mempertahankan Penjualan Sulaman Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Sulaman Dan Bordiran Putri Ayu Bukittinggi” (2020).
- Ii, B A B, and Kajian Pustaka. ““Tampilan Iklan Televisi Menurut Perspektif Etika Kekristenan’ .” (2004): 9–42.
- Iii, B A B, and A Deskriptif Kuantitatif. “Metode Penelitian” (2017): 26–36.
- Irawan, Dedi. “MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM ( Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu )” (2019).
- Jannah, Mariatul. “STRATEGI PEDAGANG DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA (STUDI KASUS PADA PASAR BARU A KOTA PALANGKA RAYA ).” *Skripsi* (2020): 1–177.
- Kasus, Studi, Ciujung River, Park Serang, Rani Puspa, Angrian Permana, and Sesiyan Nuryanti. “PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Perumahan Ciujung” 3, no. 02 (2017): 1–11.
- Kepercayaan, Ajaran Tentang, Sebagai Konstruksi, Atas Kepercayaan, Dalam Bisnis, and D A N Pemasaran. “AJARAN TENTANG KEPERCAYAAN ( THE SPIRIT OF TRUST ) TRANSENDEN ( TRANSCENDENTAL TRUST )” (n.d.).
- Lucky, Maskarto, and Nara Rosmadi. “Penerapan Strategi B Isnis Di Masa Pandemi Covid-19 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021” 4, no. 1 (2021): 122–127.

- Luhulima, Nur Endang. “Hubungan Lingkungan Kerja, Kompensasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Guru MTS Negeri Di Kota Malang,” 2018.
- Nugraheni, Agustina Prativi, Octavia Lhaksmi Pramudyastuti, and Suci Nasehati Sunaningsih. “STRATEGY OF SMEs IN THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD STRATEGI PELAKU UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19.” *Jurnal Akuntansi & Perpajakan* 2, no. 1 (2020): 1–52.
- NURHALIZA, RIDHA. “Strategi Bertahan Hidup Pelaku Umkm Sektor Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Souvenir Di Taman Wisata Istana Maimoon)” 19 (2021): 1–141.
- Pada, Strategi, and Masa New. “Peran Manajemen Keuangan Umkm Di Kota Bengkulu Sebagai Strategi Pada Masa New Normal Covid-19” (2021): 61–76.
- Perdagangan, Sektor, D I Kota, and Banda Aceh. “Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Sektor Perdagangan Di Kota Banda Aceh Tahun 2013-2019” V (2020): 7–21.
- Prof. Dr. Sugyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited by Sugyono. Cet ke-19., 2013.
- Purnama, Chamdan. “Motivasi Dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil ( Studi Pada Industri Kecil Sepatu Di Jawa Timur )” (n.d.).
- repository.unpas.ac.id. “Metode Penelitian.” *Repository.Unpas.Ac.Id*. Last modified 2021. Accessed July 15, 2021. [http://repository.unpas.ac.id/31647/6/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/31647/6/BAB%20III.pdf).
- 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.

Wahyu Widhiarso. “Estimasi Reliabilitas Pengukuran Dalam Pendekatan Model Persamaan Struktural” (2020): 1–8.

“Data Dari Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Bengkulu 2020” (2020).

“Metode Penelitian Dan Teknik Penelitian” (n.d.): 46–54.