

**ANALYSIS OF THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON
REVENUE OF SMALL AND MEDIUM MICRO INDUSTRY
(CASE STUDY OF KEMPLANG HOME INDUSTRY IN PALEMBANG)**

**ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENDAPATAN
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(STUDI KASUS INDUSTRI RUMAHAN KEMPLANG DI WILAYAH
JAKABARING PALEMBANG)**

Nur Sindi Janati¹, M. Rusdi², Melis^{3*}

^{1,2} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

*Email Korespondensi: melis_uin@radenfatah.ac.id

Abstract

This study aims to determine and analyze the impact of the Covid-19 pandemic on the income of the cracker/kemplang home industry in the Jakabaring District, Palembang City. The analytical method used in this research is a qualitative method with data collection techniques in the form of interviews, discussions with business actors and from several sources of other articles. From the research that has been carried out, it is found that the cracker/kemplang home industry continues to run its business, and the income earned by the cracker/kemplang home industry tends to be stable even in the Covid-19 pandemic situation. The factor that supports the traders to keep doing business is the awareness to continue to struggle to meet the needs of their daily lives. There are several attempts by business actors to increase an income, such as by adapting to market changes, providing good service to consumers and paying attention to the quality of goods to be sold to consumers.

Keywords: Covid-19, Industry, Income

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak pandemi Covid-19 terhadap pendapatan industri rumahan kerupuk/kemplang di wilayah Kecamatan Jakabaring Kota Palembang. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengambilan data berupa wawancara, diskusi dengan pelaku usaha dan dari beberapa sumber artikel-artikel lainnya. Dari penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh hasil bahwa industri rumahan kerupuk/kemplang tetap bertahan untuk melakukan usahanya, serta pendapatan yang diperoleh industri rumahan kerupuk/kemplang cenderung stabil meski pada situasi pandemi Covid-19. Faktor yang mendukung para pedagang tetap melakukan usahanya adalah kesadaran untuk terus berjuang memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Ada beberapa upaya pelaku usaha guna meningkatkan suatu pendapatan seperti dengan melakukan adaptasi terhadap perubahan-perubahan pasar, memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen serta memperhatikan kualitas barang yang akan di jual ke konsumen.

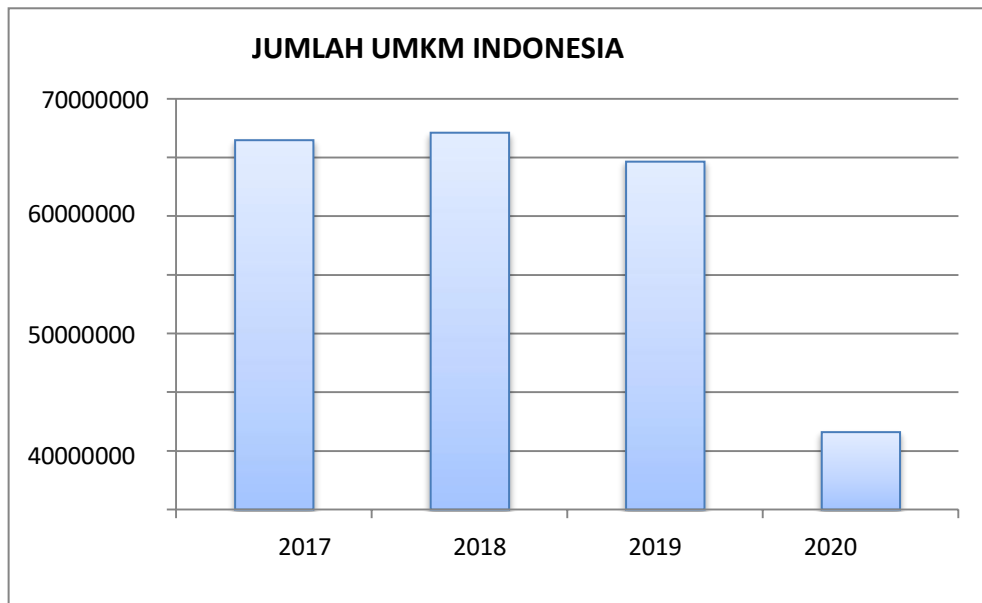
Kata kunci : Covid-19, Industri, Pendapatan.

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian di Indonesia, eksistensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah sudah terbukti sejak lama. Hal ini terbukti ketika Indonesia mengalami krisis moneter pada tahun 1998, dan sejak saat itu usaha berskala kecil dan menengah tetap mampu bertahan. Lain halnya dengan usaha besar, usaha kecil dan menengah ini tidak tergantung pada modal besar

atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, maka yang memiliki potensi untuk mengalami krisis ialah perusahaan berskala besar karena secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing.

Grafik 1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2017-2020



Dari jumlah tersebut terlihat jelas bahwa sumber ekonomi terbesar bagi rakyat Indonesia saat ini berasal dari usaha yang dibangun oleh rakyat sendiri dalam skala mikro, kecil dan menengah yang notabennya menyerap tenaga kerja yang banyak.

Dunia usaha Sumatera Selatan pada saat ini juga masih didominasi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dari hasil Sensus Ekonomi 2016 Lanjutan yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, diketahui bahwa lebih dari 98 persen usaha yang ada di Sumatera Selatan merupakan UMKM dan lebih dari 80 persen tenaga kerja berasal dari skala usaha ini. Dari potensi tersebut dapat dikatakan bahwa UMKM merupakan tulang punggung dalam perekonomian. Hal ini juga menunjukkan bahwa UMKM memiliki andil yang sangat besar dalam mengembangkan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat melalui penciptaan wirausaha baru sehingga pada akhirnya akan mampu mengurangi ketimpangan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹

Para pelaku usaha tentu ingin memperoleh keuntungan maksimal agar kedepannya dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan dari usaha yang dijalankannya. Untuk mengetahui seberapa besar pendapatan yang diperoleh pelaku usaha, khususnya usaha kerupuk/kemplang maka pengidentifikasian terhadap faktor produksi juga perlu diperhatikan. Karena semakin baik produksi yang dihasilkan, maka akan semakin baik lagi tingkat kesejahteraan masyarakat setempat.

Namun pada tahun 2020 ini, kondisi mengalami perubahan sangat drastis yang berlangsung dalam waktu yang relatif pendek. Pada pertengahan bulan Maret 2020 saat

¹BPS Provinsi Sumatera Selatan (<https://sumsel.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#subjekViewTab4>, diakses pada 10 November 2020 pukul 12.17)

pemerintah menyarankan untuk melakukan *social distance* dan *stay at home* hingga awal Mei 2020 telah merubah kondisikehidupan UMKM. Hampir seluruh negara di dunia mengalami pandemicovid-19, musibah akibat penyebaran virus Corona yang sangat mematikan memaksa hampir semua negara memberikan tindakan mengamankan masyarakatnya dari penyebaran virus yang mematikan, jumlah korban yang terus bertambah setiap hari hingga ratusan orang meninggal. Indonesia sebagai salah satu negara yang juga terkena dampak penyebaran virus Covid 19 segera melakukan berbagai tindakan antisipasi dengan cara menyarankan untuk melakukan social distance hingga saran untuk bekerja dari rumah, dan menutup semua sektor pelayanan publik.

Pandemi Covid-19 memiliki dampak besar pada keberlangsungan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% pelaku usaha mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap proses bisnisnya (Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah). Sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Tak hanya itu, 51% pelaku usaha meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan satu bulan hingga tiga bulan ke depan.

Sebanyak 67% pelaku usaha mengalami ketidakpastian dalam memperoleh akses dana darurat, dan 75% merasa tidak mengerti bagaimana membuat kebijakan di masa krisis. Sementara, hanya 13% pelaku usaha yakin, mereka memiliki rencana penanganan krisis dan menemukan solusi untuk mempertahankan bisnis mereka.² Penelitian ini penting untuk membuktikan adanya temuan bahwa industri kecil dianggap lebih mampu bangkit di tengah krisis ekonomi bagi suatu negara. Agar memperdalam fokus penelitian ini terhadap pengembangan UMKM maka peneliti mengambil studi kasus penelitian pada industri rumahan kerupuk/kemplang di wilayah kecamatan Jakabaring karena dianggap mewakili UMKM yang mampu bertahan di tengah krisis ekonomi saat masa pandemi covid-19 serta mampu menjaga stabilitas pendapatannya.

LANDASAN TEORI

Perspektif Islam

Adapun dalam Islam, pendapatan dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).⁵

Teori Milton Friedman

Model pendapatan permanen PIH yang dikemukakan oleh Milton Friedman, bahwa pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua, yaitu pendapatan permanen (*permanent income*), dan pendapatan sementara (*transitory income*). Pendapatan permanen yang dimaksud adalah tingkat pendapatan rata-rata yang diharapkan dalam jangka panjang. Pendapatan permanen dapat diperoleh dari upah atau gaji tetap yang diterima, atau pendapatan dari semua factor yang menentukan kekayaan.³

² Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*, (Yogyakarta: K-Media, 2020), hlm.1

³ Nurlaila Hanum "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudradi Kota Langsa" *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 1, No. 2, 2017. Hlm.109

Teori Maslow

Abraham Maslow mengungkapkan teori kebutuhan yang menyebutkan bahwa tingkah laku individu berguna untuk memenuhi kebutuhannya. Maslow menyatakan bahwa pada dasarnya terdapat berbagai macam kebutuhan dalam diri seseorang yang bisa dilihat secara berjenjang (*hierarchical*). Berbagai kebutuhan tersebut oleh Maslow dikelompokkan secara hierarki menjadi lima bentuk kebutuhan, yakni: (1) kebutuhan fisiologis; (2) kebutuhan rasa aman; (3) kepemilikan sosial; (4) kebutuhan akan penghargaan diri; dan (5) kebutuhan akan aktualisasi diri.⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Data yang bersifat kualitatif adalah data yang bukan berbentuk angka atau nominal tertentu, tetapi sering berbentuk kalimat pernyataan, uraian, deskripsi yang mengandung suatu makna dan nilai (*values*) tertentu. sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Dalam penelitian ini, data pertama yang diperoleh yaitu berupa observasi secara langsung mengenai dampak pandemi covid-19 terhadap pendapatan UMKM, kemudian dilakukan wawancara dengan pelaku usaha Kerupuk/Kemplang di wilayah Kecamatan Jakabaring untuk memperoleh data yang sesuai dengan objek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui buku-buku, jurnal, data badanpusat statistik, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pendapatan Industri Rumahan Kerupuk/kemplang Kecamatan Jakabaring

Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Banyak pelaku UMKM meliburkan karyawannya bahkan menutup sementara usahanya. Salah satu penyebabnya adalah penurunan omzet penjualan. *Work from home* atau dikenal dengan singkatan WFH juga berpengaruh terhadap penurunan pendapatan. Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan *physical distancing* dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Kegiatan interaksi fisik antara sesama manusia menjadi berkurang dan membuat masyarakat mengurangi aktivitas ekonomi secara drastis.

Usaha mikro kecil dan menengah yang mampu bertahan di era pandemi covid-19 adalah UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi. Demikian halnya dengan industri rumahan kerupuk/kemplang yang mampu bertahan, hal ini dikarenakan sebagian pelaku usaha memanfaatkan penjualan melalui marketing digital. Pandemi covid-19 telah banyak mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbagai aktivitas. Pandemi Covid-19 ini memberikan dampak yang membuat pelaku usaha kesulitan dalam melakukan produksi kerupuk/kemplang.

Hal ini dikarenakan para karyawan diharuskan memakai masker dalam bekerja. Dalam hal memperoleh pendapatan, beberapa pelaku usaha kerupuk/kemplang di Kecamatan Jakabaring tidak merasakan adanya penurunan pada pendapatan usaha. Dampak yang mereka rasakan dengan adanya Pandemi Covid-19 ini hanya terjadi pada

⁴ Asnah Yuliana, "Teori Abraham Maslow dalam Analisa Kebutuhan Pemustaka" Vol.6 No.2, 2018

perubahan sistem penjualan. Mereka baru memulai bisnis online pada saat pandemi covid-19, guna meminimalisir untuk terkena penyakit Corona.

Ini sejalan dengan teori hierarki kebutuhan manusia oleh Abraham Maslow yang menjelaskan mengenai fenomena perubahan sikap padamasyarakat ditengah pandemic Covid-19 saat ini. Dalam situasi pandemi yang tidak menentu ini, telah banyak fenomena di masyarakat yang tampak jelas dan sedang fokus pada kebutuhan dasar yang utama yaitu kebutuhan untuk mempertahankan hidup secara fisik dan fisiologis, serta kebutuhan akan rasa aman, yaitu rasa aman seperti perlindungan dan kebebasan dari penyakit, takut dan cemas.

Pendapatan UMKM Sebelum dan Pada Saat Pandemi Covid-19

Selama ini UMKM telah membuktikan kemampuannya bertahan dalam situasi ekonomi yang sulit. Sebagian besar UMKM belum berhubungan langsung dengan sektor keuangan domestik, apalagi global. Situasi tersebut menyebabkan UMKM selama ini mampu bertahan terhadap krisis keuangan global. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, tidak semua UMKM di Kecamatan Jakabaring merasakan penurunan omset penjualan dan harus menutup usahanya. Ada UMKM yang masih stabil dan mengalami peningkatan omzet penjualannya karena mereka melakukan penyesuaian diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi pemasaran untuk bertahan. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh UMKM termasuk memilih membuka lini produk baru atau memperbaharui sistem pemasaran mereka karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan mereka.

Ada sebagian pelaku usaha yang menganggap bahwa usaha yang mereka jalankan merupakan usaha untuk memperoleh pendapatan permanen. Berdasarkan teori Milton Friedman yang menyatakan bahwa pendapatan permanen dapat diperoleh dari upah, gaji tetap ataupun pendapatan yang diterima yang menentukan kekayaan. Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, pelaku usaha kerupuk/kemplang menggunakan uang yang diperoleh dari hasil usahanya. Inilah yang menjadi faktor pendukung bagi mereka untuk sebisa mungkin tetap mempertahankan usaha meski sedang di masa sulit. Jumlah tanggungan yang tinggi akan memotivasi seseorang untuk menambah pendapatan dalam rumah tangga. Mengingat dengan bertambahnya jumlah tanggungan akan berdampak pula pada meningkatnya kebutuhan dalam rumah tangga yang harus dipenuhi.

Teori Keynes menjelaskan bahwa adanya hubungan antara pendapatan yang diterima saat ini dengan konsumsi yang dilakukan saat ini juga. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa rata-rata pelaku usahaindustri rumahan kerupuk/kemplang memiliki anak yang masih ditanggung biaya hidupnya, sehingga mereka memutuskan untuk bekerja agar memperoleh pendapatan yang lebih dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Sehingga dengan adanya jumlah tanggungan ini mereka memutuskan untuk bekerja agar memperoleh pendapatan yang lebih besar.

Berbagai cara dilakukan agar memperoleh pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan. Akan tetapi didalam Islam ada aturan-aturan yang harus digunakan individu masyarakat dalam memperoleh pendapatan. Didalam Islam juga sudah ada bagaimana cara memperoleh pendapatan yang baik tanpa merugikan salah satu pihak. Seperti yang telah diterangkan dalam Al-Qur'an Surat an-Nisa' Ayat 29.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam transaksi jual beli harus didasarkan dalam keadaan rela atau suka sama-suka antara penjual dan pembeli. Sehingga dalam memperoleh pendapatan pun juga dengan cara yang baik tidak batil yang didasarkan suka sama suka antara penjual dan pembeli. Pandemi covid-19 ini tidak menjadi penghalang bagi pelaku usaha industri rumahan kerupuk/kemplang untuk melakukan produksi. Bagi mereka, keadaan cuaca yang lebih berpengaruh terhadap usaha yang mereka jalankan. Jika cuaca turun hujan, maka akan sulit bagi pelaku usaha untuk melakukan produksi. Dengan begitu, hasil kerupuk/kemplang yang mampu terjual hanya sedikit dan itu akan mempengaruhi pendapatan mereka. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh David Ricardo bahwa tingkat produksi akan mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh. Untuk itu, beberapa pelaku usaha mempunyai alternatif lain agar bisa tetap melakukan produksi dan agar memperoleh pendapatan guna memenuhi kebutuhan keluarga.

Strategi bisnis Islam yang dilakukan oleh pelaku UMKM kerupuk/kemplang untuk bertahan dalam sektor bisnisnya selama masa pandemi Covid-19

Dalam Islam tujuan dalam memasarkan produk secara Islami adalah dengan pengukuran yang bersandarkan pada kebenaran, kejujuran, keikhlasan, dan saling memberi manfaat antara satu dengan yang lain. Kejujuran dalam kegiatan bisnis merupakan hal yang terpenting yang harus diketahui sebagai landasan dalam ekonomi Islam. Pengembangan industri rumahan kerupuk/kemplang ini memiliki pola dan alur pemasaran Islami. Strategi pemasaran Islami menjadi landasan operasional dalam meraih pasar yang dituju, adapun strategi yang dijalankan dalam pemasaran UMKM kerupuk/kemplang ini mencakup beberapa hal :

a. Produk

Jika dilihat dalam perspektif syariah, suatu produk yang akan dipasarkan atau ditukarkan haruslah produk memiliki mutu atau kualitas yang terbaik, bukan sebaliknya demi mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya untuk laku menurunkan kualitas suatu produk. Kualitas mutu produk yang akan dipasarkan itu juga harus mendapat persetujuan bersama antara kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli produk tersebut. Dalam suatu hadits disebutkan:

“Hakim bin Nazam berkata: Nabi bersabda, “Penjual dan pembeli memiliki hak pilih sama sebelum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang), mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka. Dan jika mereka bohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuslah keberkahan jual beli mereka.” (HR. Al-Bukhari)

Berdasarkan hasil penelitian, kerupuk/kemplang dibuat berdasarkan kesukaan konsumen dan berkualitas, baik dari segi rasa dan pengemasannya yang akan membuat konsumen tertarik untuk membelinya. Dalam pembuatan kerupuk produk yang dihasilkan benar-benar teliti mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas dan sehat sampai pengolahan hingga menghasilkan produk siap jual, supaya kerupuk/kemplang yang dihasilkan berkualitas bagus.

b. Harga

Penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi

dengan biaya produksi. Berkenaan dengan hal tersebut Allah SWT berfirman pada Q.S Ali Imran ayat 130.

Strategi penetapan harga produk kerupuk/kemplang disesuaikan dengan perhitungan modal yang dikeluarkan. Tapi selain itu pelaku usaha juga memberikan potongan harga jika ada konsumen yang membeli dalam jumlah banyak. Penetapan harga yang ditawarkan tersebut menjadi salah satu bentuk usaha dan upaya untuk memperkenalkan produk kerupuk/kemplang dipasaran. Dalam memasarkan produknya, pengusaha krupuk/kemplang ini tidak mengambil untung yang banyak karena kegiatan usaha tidak semata mata mengejar keuntungan yang besar tapi mengejar keuntungan yang wajar saja. Hal ini tercermin dari patokan harga yang diberikan pada para pelanggannya adalah rata rata bisa terjangkau bahkan ada keuntungan lagi yang bisa diperoleh para pelanggan ketika menjualnya ke konsumen secara langsung.

c. Tempat

Produk hasil produksi di pasarkan ke pasar-pasar tradisional yang ada di wilayah Kota Palembang. Dalam pemasaran produknya, dibantu oleh keluarga dalam menjual hasil produksinya, disamping itu juga ada pelanggan tetap yang selalu membeli dan datang ke lokasi pembuatan kerupuk/kemplang. Untuk tempat pemasarannya ini, usaha krupuk/kemplang menggunakan tempat strategis yang tidak berdiam di tempat atau dengan strategi mengantarkan barang yang sudah menjadi pesanan pelanggan langsung ke lokasi sehingga krupuk yang diproduksi langsung habis terdistribusi ke setiap pelanggan dan pasar.

d. Promosi

Sebelumnya, promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kerupuk/kemplang dilakukan dengan menggunakan bauran promosi *personal selling* yaitu dengan mempromosikan langsung secara manual kepada kerabat-kerabat dan masyarakat mengenai produk kerupuk agar produk ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan sehingga mampu menghasilkan keuntungan finansial. Para pelaku usaha harus menghindari dalam melakukan promosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli. Pada proses marketing, jual beli harus berdasarkan etika Islam.

Pandemi covid-19 telah banyak mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbagai aktifitas, termasuk bagi pelaku usaha dalam melakukan promosi. Para penjual mau tidak mau harus beralih strategi baru untuk mengikuti perkembangan pola konsumsi masyarakat ke arah digital dan mengubah kebiasaan masyarakat untuk belanja secara online. Di tengah pandemi saat ini penjualan yang bersifat datang langsung ke toko mengalami penurunan penjualan., dengan ini *E-commerce* merupakan salah satu strategi guna meningkatkan penjualan produk yang berbasis online, bisa di kerjakankapan saja dan di mana saja serta dapat menghemat waktu.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari hasil wawancara dengan informan berkaitan dengan dampak Pandemi Covid-19 terhadap pendapatan UMKM, maka

dapat ditarik kesimpulan bahwa wabah Covid-19 tidak berdampak terhadap pendapatan industri rumahan kerupuk/kemplang di wilayah Kecamatan Jakabaring Kota Palembang. Pandemi Covid-19 memberikan perubahan pada sistem penjualan yang semula tidak menjual secara online dan berubah menjadi penjualan secara online. Pendapatan bagi UMKM kerupuk/kemplang cenderung stabil meski pada situasi pandemi covid-19. Salah satu kunci bagi UMKM untuk tetap bisa bertahan pada masa pandemi Covid-19, adalah dengan melakukan adaptasi dengan perubahan-perubahan pasar, baik perubahan permintaan (*demand*) dengan melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pelaku usaha juga memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen serta memperhatikan kualitas barang yang akan di jual ke konsumen. Penerapan strategi pemasaran islami usaha kerupuk/kemplang dilakukan dengan menerapkan Strategi Pemasaran Syariah, melalui strategi produk, harga, tempat dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Amri, (2020) *Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia*, Jurnal Brand. Volume 2 No.1
- Asnah Yuliana, (2018), *Teori Abraham Maslow dalam Analisa Kebutuhan Pemustaka* Vol.6 No.2
- Anwar Sanusi, (2013), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan ke tiga, Jakarta : Salemba Empat,
- Ahmad Rijali, (2018) *Analisis Data Kualitatif* Jurnal Alhadharah, Vol. 17 No. 33
- Ari Bona Dan Marhaeni (2019), *Faktor-Faktor Produksi Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengerajin Pada Industri Kerajinan Kulit Di Kabupaten Badung* E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Vol.8No.7
- Badan Pusat Statistik <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#subjekViewTab1> diakses pada 20 November 2020, pukul 13.36
- Hanum, Nurlaila, (2017) "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudradi Kota Langsa" Jurnal Samudra Ekonomika, Vol. 1, No. 2
- Noer Soetjipto, (2020) *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*, Yogyakarta: K-Media