



Prodi Ekonomi
Syariah

Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah

Journal homepage: <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/ekobis>

Volume 6, No. 1
Januari-Juni 2022
Halaman: 14-23

Strategi UMKM dalam Mempertahankan Usaha pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bengkulu

Anggi Jamicho, Ransen Kastra, Wulandari, Desi Isnaini, Nonie Afrianty

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Submit 3 Maret 2022
Revisi 6 April 2022
Diterima 3 Mei 2022

Kata Kunci:

Strategi, UMKM, Mempertahankan Usaha, UMKM Kota BKL.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between exogenous variables and endogenous variables, the effect of exogenous variables simultaneously on endogenous variables, and which exogenous variables have more influence on endogenous variables. The population used in this study is MSME actors in Bengkulu City with a total of 4,322 MSMEs. The size of the sample was determined by the Slovin formula and purposive sampling technique obtained 98 SMEs as the research sample. Data collection techniques using questionnaires and documentation. Validity and reliability tests were carried out by looking at the loading factor values, Cronbach 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) using SmartPLS 3.0 software. The results show that there is a relationship between exogenous variables and endogenous variables, there is a simultaneous effect of exogenous variables on endogenous variables, namely 0.115 or 11.5%, and there is one exogenous variable that has more influence on endogenous variables, namely the place variable with an F square value of 0.053

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel *eksogen* dengan variabel *endogen*, pengaruh variabel *eksogen* secara serentak terhadap variabel *endogen*, dan variabel *eksogen* mana yang lebih berpengaruh terhadap variabel *endogen*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang ada di Kota Bengkulu dengan jumlah 4.322 UMKM. Besarnya sampel ditentukan dengan rumus *slovin* dan teknik sampel *purposive sampling* diperoleh 98 pelaku UMKM sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan *kuesioner* dan dokumentasi. Uji *validitas* dan *reliabilitas* dilakukan dengan melihat nilai *loading faktor*, *cronbach alpha* dan *composite reliability*. Uji persyaratan data dilakukan dengan *convergent validity*, *average variance extracted*, dan *discriminant validity*. Teknik analisis data menggunakan *partial least square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan variabel *eksogen* dengan variabel *endogen*, terdapat pengaruh variabel *eksogen* secara serentak terhadap variabel *endogen* yaitu sebesar 0,115 atau 11,5%, dan terdapat satu variabel *eksogen* yang lebih berpengaruh terhadap variabel *endogen* yaitu variabel tempat dengan nilai *F square* sebesar 0,053.

Cara Mengutip:

Jamicho, Anggi, Kastra, Ransen, & Wulandari, Isnaini, Desi, Afrianty, Nonie. (2021). Strategi UMKM dalam Mempertahankan Usaha pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bengkulu, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 6(1), 14-23.

1. PENDAHULUAN

Indonesia *Corona virus disease 2019* (COVID-19) adalah virus corona jenis baru (SARS-CoV-2) dan penyakitnya disebut dengan *corona virus disease 2019* (COVID-19). Diketahui, asal mula virus ini berasal dari Wuhan, Tiongkok. Kasus pertama terjadi di kota Wuhan Cina, pada akhir Desember 2019 setelah itu, Covid-19 menular antar manusia dengan sangat cepat dan menyebar ke puluhan Negara, termasuk salah satunya adalah Negara Indonesia, hanya dalam beberapa bulan penyebarannya ini cepat dan membuat beberapa Negara menerapkan kebijakan untuk melakukan *lockdown* untuk mencegah virus corona (Data WHO, 1 maret 2020) (PDIP, 2020) (Alfia Safitri, Nila Yuliana*, Alfian, Egi Taradipa 2020).

Sedangkan di Negara Indonesia sendiri menerapkan kebijakan Pembatasan Bersekala Besar atau dikenal dengan singkatan PSBB untuk menekan penyebaran Virus tersebut dan supaya mata rantai Corona Virus yang ada di Indonesia dapat di putus serta penyebarannya dapat dikendalikan. Akibat dari Virus Corona ini memberikan dampak yang serius dari berbagai sektor terutama yang paling terdampak itu disektor ekonomi, karena disektor ekonomi ini sangat mempengaruhi pasar nasional ataupun pasar internasional. Dalam hal ini, yang sangat merasakan dampaknya itu adalah disektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia (Mashabi 2020). Hal ini dapat dilihat dari data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, terdapat lebih dari 30.000 UKM yang terdampak dengan wabah Covid-19 per April 2020 dan hampir semua UMKM sudah merasakan kerugian

* Corresponding author: Nonie Afrianty
E-mail address: noniafrianty.na@gmail.com

pada usahanya. Kerugian yang dirasakan oleh UMKM rata-rata sudah sekitar 80 %. Selain itu juga dapat diperkirakan jumlah pekerja yang di PHK dan dirumahkan sudah mencapai 2,8 juta orang. (Sandi 2020). Dimana di Provinsi Bengkulu sendiri per Agustus 2020 sudah sebanyak 16.618 unit yang terdampak Pandemi, dengan 2.385 unit nya berada di Kota Bengkulu (Bengkulu 2020).

Di Indonesia definisi UMKM di atur dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 dalam pasal 1 mendefinisikan bahwa Usaha mikro adalah usaha yang produktif milik individu/perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah suatu usaha ekonomi yang produktif serta perorangan/individu atau berdiri sendiri. Kemudian badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dikuasai, dimiliki, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau hasil penjualan tahunan atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang tersebut (Sataloff, Johns, and Kost 2020). Di Indonesia usaha UMKM memiliki peran yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia (Purwanto, 2020). Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan perkembangan UMKM:

Tabel 1. Perkembangan UMKM di Kota Bengkulu

Tahun	Jenis Usaha	JUMLAH			
		Pelaku 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
	Industri	600	1,017	7,104,750,000	8,842,450,000
	Aneka Jasa	-	510	2,089,900,000	3,262,225,000
	Jumlah	3,999	6,668	35,749,720,000	47,962,465,000
2019	Perdagangan	3,464	5,176	28,579,070,000	47,696,615,000
	Industri	252	505	2,164,400,000	3,606,825,000
	Aneka Jasa	606	991	7,749,820,000	12,794,600,000
	Jumlah	4,322	6,672	38,493,290,000	64,098,040,000

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bengkulu, 2020

Dijelaskan oleh Bappenas, bahwa peran UMKM dalam perekonomian Indonesia terdiri dari (WIBOWO 2019):

1. Perluasan Kesempatan dibidang kerja dan penyerapan tenaga kerja;
2. Pembentukan pada Produk Domestik Bruto (PDB);
3. Penyediaan pada jaringan penanaman terutama bagi masyarakat yang berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif.

Kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto nasional menyumbang 60% dan berkontribusi 14% pada total ekspor nasional pada tahun 2019. Sedikit lebih kecil dari estimasi Ketua Asosiasi UMKM Indonesia (sAkumido) Ikhsan Ingratubun yang meyakini bahwa total kontribusi UMKM terhadap PDB nasional tahun 2019 mencapai 65% atau sekitar 2.394,5 triliun. (JawaPos.com 2020).

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. Dari data yang dipublish di website Pemerintah Provinsi Bengkulu, diketahui dari *survey* BPS Bengkulu hingga semester III 2020, 84% UMKM Mengalami Penurunan Pendapatan, 78,35% UMKM Mengalami Penurunan Permintaan Karena Pelanggan Yang Terkena Dampak Covid-19, 56,85% UMKM Mengalami Kendala Bisnis Akibat Tida Bisa Beroperasi Secara Normal. 62,21% UMKM Mengalami Kendala Keuangan Terkait Pegawai Dan Operasional 33,23% UMKM Melakukan Pengurangan Jumlah Pegawai. (PEMPROP 2020). Moeldoko mengatakan dalam pertemuan para presiden dengan pelaku UMKM, diketahui omzet atau pendapatan para pelaku UMKM Rata-rata di bawah 50%. (Mashabi 2020).

Dari pemaparan data diatas diketahui bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan pelaku (UMKM) mengalami kendala dalam menjalankan usahanya hingga mengalami penurunan pendapatan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana UMKM itu mempertahankan usahanya sehingga bisa terus bersaing agar kebutuhannya terus berlanjut.

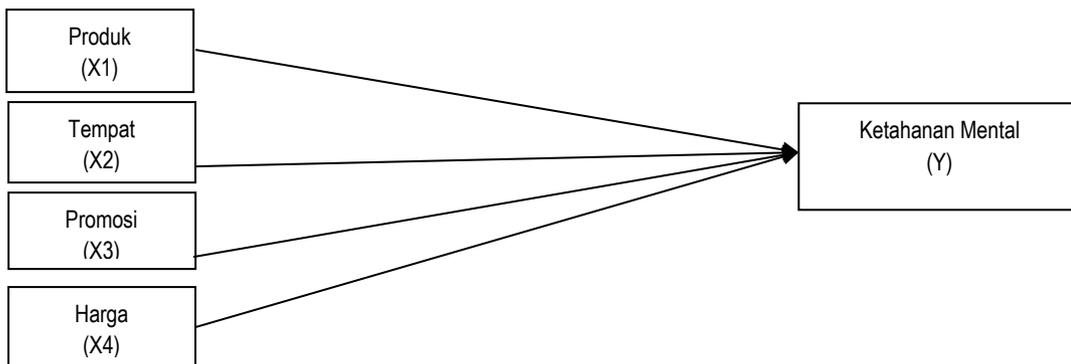
2. TINJAUAN TEORITIS

Menurut Istilah strategi ini berasal dari bahasa yunani yaitu *strategia* (*Stratos* = militer da *nag* = memimpin), yang dapat

kita diartikan sebagai seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi menurut bahasa adalah rencana yang cermat mengenai sebuah kegiatan untuk mencapai sarana yang khusus. Adapun pengertian strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis yang bersekala besar, menggerakkan semua sumber daya yang ada didalam perusahaan tersebut sehingga dapat menguntungkan secara aktual dalam sebuah bisnis. Jhon A. Bryne mendefinisikan bahwa strategi merupakan sebuah pola mendasar dari sasaran yang telah direncanakan secara cermat dan teliti. Penyebaran sumber daya serta interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lainnya yang dapat mempengaruhi. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan secara cermat untuk mencapai sebuah tujuan yang di inginkan oleh suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini, Strategi UMKM dalam mempertahankan usaha dibagi menjadi empat yaitu:

- a. Produk (*product*) merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan serta bisa menghasilkan nilai. Dalam dunia *business* dan *marketing*, produk dapat diartikan segala sesuatu apapun yang bisa ditawarkan ke konsumen disebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Menurut Tjiptono (2015) produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan oleh produsen kepada konsumen sebagai bentuk usaha untuk mencapai sebuah tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen (Maiti and Bidinger 1981).
- b. Tempat (*place*) merupakan lokasi usaha yang dipakai oleh seseorang saat ingin melakukan usaha atau melakukan transaksi jual beli dipasar maupun ditempat lainnya, biasanya seorang pemilik usaha akan memilih lokasi yang strategis dan tepat untuk mereka melakukan usaha agar menarik minat konsumen kemudian disamping tempat sangatlah penting dalam memulai sebuah usaha (Handa S. Abidin, S.H., LL.M. 2013).
- c. Promosi (*promotion*) merupakan sebuah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan suatu produk atau jasa dengan tujuan agar menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi ini, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan dari angka penjualan. Menurut Hariman Syaleh (2017) promosi adalah sarana dari perusahaan untuk mengenalkan dan memberi informasi produknya kepada calon konsumen. Ada beberapa teknik promosi yang digunakan seperti penjualan perseorangan atau individu, pameran dan periklanan (Maiti and Bidinger 1981).
- d. Harga (*price*) merupakan suatu nilai tukar yang bisa kita disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang serta kelompok pada waktu tertentu kemudian dalam tempat tertentu juga. Istilah harga ini dapat digunakan untuk memberikan nilai secara finansial pada suatu produk, barang, atau jasa. Menurut Hariman Syaleh (2017) harga ini dapat diartikan sebagai nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat serta dapat menggunakan produk bisa dikatakan dapat menghasilkan atau produktif. Dalam hal ini untuk penetapan harga ada beberapa strategi yang dapat diambil, oleh karena itu harga selalu menjadi bagian yang sangat penting dalam menentukan keputusan pemasaran (Maiti and Bidinger 1981).



3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. 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 *filosofat positivisme*, dimana metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2011:8) (repository.unpas.ac.id 2021). Peneliti memilih metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif diantaranya bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

Populasi dan Sampel

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

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas tingkat kekeliruan yang diperbolehkan

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

Skala Pengukuran

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 (Era Susanti, Nilam Sari 2018).

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

Tabel 2. 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

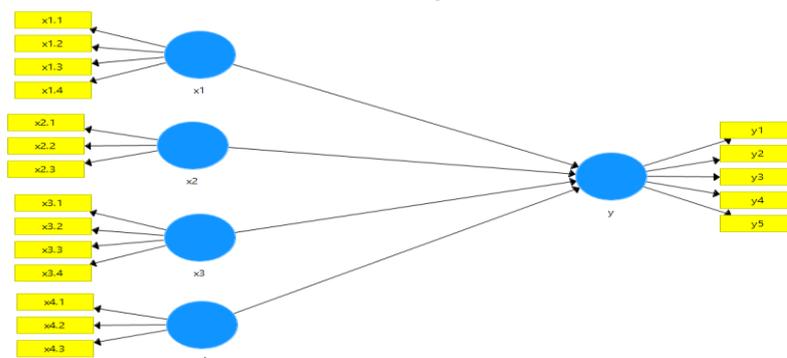
Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis *regresi partial* (*Partial Least Square / PLS*) untuk menguji keenam hipotesis yang diajukan didalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis akan dianalisis menggunakan *software* SmartPLS 3.0 untuk menguji hubungan antar variabel.

Langkah-langkah dalam analisis dengan *Partials Least Square* yaitu: (Yamin, 2011: 23-26)

- Langkah Pertama : Merancang Model Struktural (*inner model*). Yaitu peneliti memformulasikan model hubungan antar konstruk.
- Langkah Kedua : merancang Model Pengukuran (*outer model*). Yaitu peneliti mendefinisikan dan menspesifikasi hubungan antara *konstrak laten* dengan indikatornya, apakah bersifat *reflektif* atau *formulatif*.
- Langkah Ketiga : Mengkonstruksi Diagram Jalur. Hal ini bertujuan untuk memvisualisasikan hubungan antar indikator dengan konstraknya serta antar konstruk (Luhulima 2018).

Gambar 1. Diagram Jalur



- Langkah Keempat: Estimasi Model: Pada langkah ini, ada tiga skema pemilihan *weighting* dalam proses estimasi model, yaitu *factor weighting schame*, *centroid weighting scheme*, dan *Path weigting scheme*.

- e. Langkah Kelima: *Goodness of Fit* atau evaluasi model, meliputi evaluasi model pengukuran dan evaluasi model struktural.
- f. Langkah Keenam: Pengujian hipotesis dan interpretasi. (Luhulima 2018).

Uji Validitas dan Reliabilitas

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* (chin,1998; Ghozali,2014; Hair et al., 2010). 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 (Ghozali, 2014). Ada beberapa indikator yang perlu dikeluarkan dari model setelah melalu pengolahan SmartPLS 3.0, yaitu indikator; X_{1.1}, X_{1.4}, X_{2.3}, X_{3.3}, X_{4.3}, dan Y₃

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

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

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 menyimpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM berusia lebih dari 30 tahun, dengan usahanya yang telah berdiri lebih dari 3 tahun. Artinya secara kematangan biologis maupun psikologis, mayoritas pelaku UMKM sudah dinilai dewasa. Untuk tingkat pendidikan pelaku UMKM mayoritas dibawa level sarjana, yaitu tingkat SLTA dan SLTP.

Pengujian Outer Model

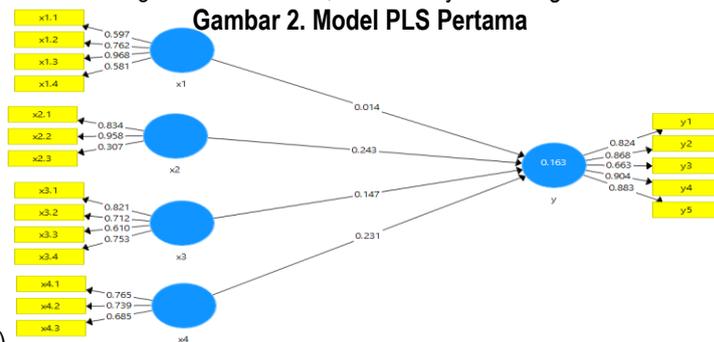
Analisa *Outer Model* mendefinisikan bagaimana setiap indicator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan diantaranya:

1. *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.
2. *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 konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan nilai *loading* dengan *konstruk* yang lain.
3. *Average Variance Extraced (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan adalah >0.5.
4. *Composite Reliability*. Data yang memiliki *composite reliability* >0.7 mempunyai reliabilitas yang tinggi
5. *Cronbach Alpha*. Nilai reliabilitas diperkuat dengan *cronbach Alpha*. Nilai yang diharapkan adalah >0.6 untuk semua konstruk.

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 2. Model PLS Pertama

1. Variabel X1 (Produk)

Pada gambar 2, pada variabel X1 terdapat indikator X_{1.1} dan X_{1.4} yang mempunyai nilai *loading faktor* dibawah 0,70 sehingga indikator tersebut lebih baik dihapuskan dari model. Dimana indikator X_{1.1} memiliki nilai *loading faktor* sebesar 0,597 dan indikator X_{1.4} miliki nilai *loading faktor* sebesar 0,581 yang tentu saja nilainya dibawah 0,70 sehingga peneliti memutuskan untuk menghapus kedua indikator terebut.

2. Variabel X2 (Tempat)

Pada variabel X2 terdapat indikator X_{2,3} yang mempunyai nilai *loading faktor* dibawah 0,70, indikator tersebut hanya memiliki nilai *loading faktor* sebesar 0,307. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk menghapus indikator X_{2,3} dari model.

3. Variabel X3 (Promosi)

Pada variabel X3 terdapat indikator X_{3,3} yang mempunyai nilai *loading faktor* dibawah 0,70, indikator tersebut hanya memiliki nilai *loading faktor* sebesar 0,610. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk menghapus indikator X_{3,3} dari model.

4. Variabel X4 (Harga)

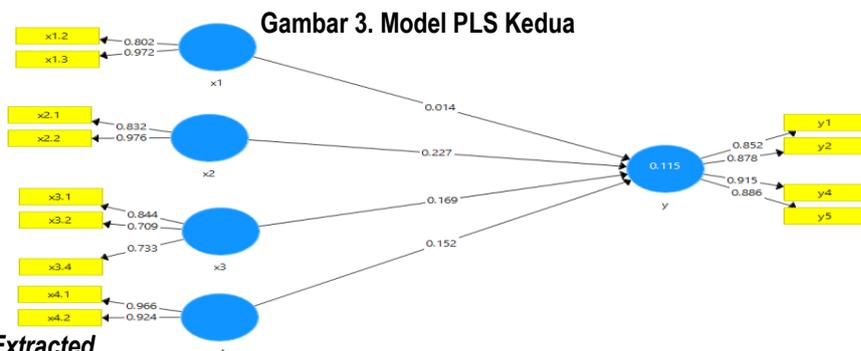
Pada variabel X4 terdapat indikator X_{4,3} yang mempunyai nilai *loading faktor* dibawah 0,70, indikator tersebut hanya memiliki nilai *loading faktor* sebesar 0,685. Sehingga peneliti memutuskan untuk menghapus variabel X_{4,3} dari model.

5. Variabel Y (Ketahanan Mental)

Pada Variabel Y terdapat indikator Y₃ yang mempunyai nilai *loading faktor* dibawah 0,70, yaitu sebesar 0,663. Sehingga peneliti memutuskan untuk menghapus variabel tersebut dari model.

Uji Convergen Validity setelah modifikasi

Berikut gambar hasil kalkulasi model Smart PLS setelah indikator yang tidak memenuhi syarat nilai *loading faktor* dihapus, dalam Gambar 3 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 3. Model PLS Kedua

Uji Average Variance Extracted

Tabel 3. Nilai AVE Setelah Modifikasi

	Average Variance Extracted (AVE)
x1	0,794
x2	0,822
x3	0,584
x4	0,894
Y	0,780

Dari Tabel 3, dapat diketahui 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.

Uji Discriminant Validity

Diskriminan Validity dilakukan dengan cara 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 4. Nilai Cross Loading

	x1	x2	x3	x4	Y
x1.2	0,802	0,094	0,331	0,157	0,057
x1.3	0,972	0,239	0,236	0,108	0,146
x2.1	0,177	0,832	-0,128	0,156	0,110

x2.2	0,210	0,976	-0,043	0,183	0,278
x3.1	0,293	-0,120	0,844	0,061	0,165
x3.2	0,080	-0,062	0,709	-0,102	0,083
x3.4	0,223	0,060	0,733	0,066	0,095
x4.1	0,144	0,213	0,013	0,966	0,220
x4.2	0,098	0,127	0,051	0,924	0,148
y1	0,132	0,204	0,151	0,165	0,852
y2	0,141	0,141	0,187	0,182	0,878
y4	0,121	0,197	0,107	0,179	0,915
y5	0,078	0,304	0,126	0,183	0,886

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa masing-masing indikator lebih tinggi berkorelasi dengan konstruksya masing-masing. Hal ini berarti indikator tersebut dapat menjelaskan variabel Produk lebih baik dibandingkan dengan indikator dari blok lainnya. Evaluasi selanjutnya dari *discriminant validity* adalah membandingkan antara nilai akar AVE dengan korelasi antar variabel. Hasil yang direkomendasikan yaitu nilai akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar variabel untuk mendapatkan nilai *discriminant validity* yang baik.

Tabel 5. Nilai AVE dan Akar AVE

	Akar AVE	Average Variance Extracted (AVE)
x1	0,891	0,794
x2	0,907	0,822
x3	0,764	0,584
x4	0,945	0,894
y	0,883	0,780

	x1	x2	x3	x4	Y
x1	0,891				
x2	0,214	0,907			
x3	0,284	-0,072	0,764		
x4	0,132	0,188	0,029	0,945	
Y	0,131	0,246	0,161	0,201	0,883

Berdasarkan hasil tabel diatas, nilai akar AVE untuk Variabel Produk adalah 0,891, sedangkan korelasi maksimal antara variabel produk dengan variabel lainnya adalah 0,284 (dengan variabel promosi). Untuk variabel Tempat, dengan nilai akar AVE sebesar 0,907 lebih tinggi daripada korelasi maksimal dengan variabel lainnya yaitu 0,246 (dengan variabel ketahanan mental). Variabel Promosi, dengan nilai akar AVE 0,764 lebih besar daripada korelasi maksimal dengan variabel lain yaitu 0,284 (dengan variabel produk). Variabel Harga, dengan nilai Akar AVE sebesar 0,945 lebih besar daripada korelasi maksimal dengan variabel lain yaitu 0,201 (dengan variabel ketahanan mental). Terakhir variabel ketahanan mental, dengan nilai akar AVE sebesar 0,883 lebih tinggi daripada korelasi maksimal dengan variabel lain yaitu 0,201 (dengan variabel harga). Nilai AVE dari masing-masing variabel penelitian juga memenuhi persyaratan harus lebih besar dari 0,5, yang berarti seluruh variabel penelitian telah lulus uji *discriminant validity*.

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 konstruk.

Tabel 6. Composite Reliability

	Composite Reliability
x1	0,884
x2	0,902
x3	0,807
x4	0,944
Y	0,934

Dari tabel 6, dapat diketahui nilai *composite reliability* untuk semua konstruk berada diatas nilai 0,70. Dengan demikian

disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan.

Uji Cronbach 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 7. Cronbach Alpha

	Cronbach's Alpha
x1	0,780
x2	0,817
x3	0,672
x4	0,885
y	0,906

Dari tabel 7, dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk semua konstruk berada diatas nilai 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki reliabilitas yang baik sesuai dengan batas nilai minimum yang disyaratkan.

Analisis Inner Model

Evaluasi *inner model* dilakukan dengan dua analisis yaitu, dengan melihat R² dan F².

1. Analisis R Square

Nilai R² menunjukkan tingkat determinasi variabel *eksogen* terhadap *endogennya*. Nilai R², semakin besar menunjukkan tingkat *determinasi* yang semakin baik.

Tabel 8. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Y	0,115	0,077

Hasil perhitungan R² pada tabel 8, menunjukkan bahwa nilai R² berada pada nilai 0,115. Berdasarkan hal tersebut, maka hasil perhitungan R² menunjukkan bahwa R² termasuk kategori sangat rendah (0,115)

2. Analisis F Square

Tabel 9. F Square

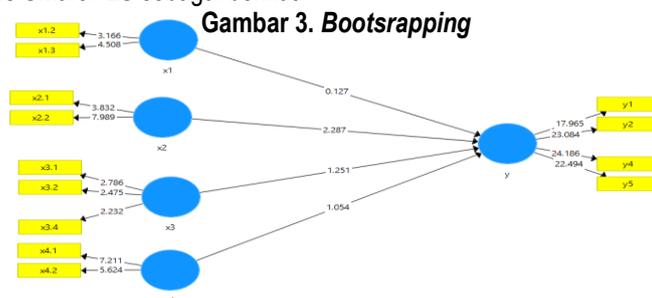
	x1	x2	x3	x4	Y
x1					0,000
x2					0,053
x3					0,029
x4					0,025
Y					

Dari tabel diatas maka hasil Analisis F Square dinyatakan sebagai berikut :

- a. Hubungan produk terhadap ketahanan mental memiliki F² (0,000) tidak berpengaruh
- b. Hubungan tempat terhadap ketahanan mental memiliki F² (0,053) lemah.
- c. Hubungan Promosi terhadap ketahanan mental memiliki F² (0,029) lemah.
- d. Hubungan Harga terhadap ketahanan mental memiliki F² (0,025) lemah.

Hasil Bootstrapping

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.



Tabel 10. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
x1 -> y	0,014	0,021	0,117	0,122	0,903
x2 -> y	0,227	0,229	0,102	2,226	0,026
x3 -> y	0,169	0,203	0,142	1,189	0,235
x4 -> y	0,152	0,154	0,145	1,046	0,296

Berdasarkan tabel 10, maka dapat dinyatakan sebagai berikut :

- Variabel produk tidak signifikan terhadap variabel ketahanan mental dengan nilai *p-values* $0,903 > 0,05$.
- Variabel tempat signifikan terhadap variabel ketahanan mental dengan nilai *p-values* $0,026 < 0,05$.
- Variabel promosi tidak signifikan terhadap variabel ketahanan mental dengan nilai *p-values* $0,235 > 0,05$.
- Variabel harga tidak signifikan terhadap variabel ketahanan mental dengan nilai *p-values* $0,296 < 0,296$.

Pembahasan Hipotesis

- Hubungan antara produk dengan ketahanan mental pelaku UMKM

Dari hasil analisis data hubungan produk dengan ketahanan mental pelaku UMKM *t statistic* $0,122 < 1,66140$ *t* tabel dan nilai *p value* $0,903 > 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel produk berhubungan positif tidak signifikan terhadap ketahanan mental. Berdasarkan analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa hubungan produk dengan ketahanan mental adalah positif dan tidak signifikan. Jadi produk memiliki arah yang positif dan nyata dalam mempengaruhi ketahanan mental pelaku UMKM.

- Hubungan antara tempat dengan ketahanan mental pelaku UMKM

Dari hasil analisis data hubungan tempat dengan ketahanan mental, *t statistic* $2,226 > 1,66140$, *t* tabel dan nilai *p value* $0,026 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel tempat berhubungan positif signifikan terhadap ketahanan mental. Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan produk dengan ketahanan mental adalah positif dan signifikan. Jadi produk memiliki arah yang positif dan nyata dalam meningkatkan ketahanan mental pelaku UMKM.

- Hubungan antara promosi dengan ketahanan mental pelaku UMKM

Dari hasil analisis data hubungan promosi dengan ketahanan mental *t statistic* $1,189 < 1,66140$, *t* tabel dan nilai *p value* $0,235 > 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel produk berhubungan positif tidak signifikan terhadap ketahanan mental pelaku UMKM. Berdasarkan analisis tersebut, disimpulkan bahwa hubungan promosi dengan ketahanan mental adalah positif tidak signifikan. Jadi produk memiliki arah yang positif dalam mempengaruhi ketahanan mental pelaku UMKM.

- Hubungan antara harga dengan ketahanan mental pelaku UMKM

Dari hasil analisis data hubungan harga dengan ketahanan mental *t statistic* $1,046 < 1,66140$ *t* tabel dan nilai *p value* $0,296 > 0,05$, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga berhubungan positif tidak signifikan terhadap ketahanan mental. Berdasarkan analisis diatas, disimpulkan bahwa hubungan promosi dengan ketahanan mental adalah positif dan tidak signifikan terhadap ketahanan mental pelaku UMKM.

- Analisis Koefisien *Determinasi*

Tabel 11. R Square

	R Square	R Square Adjusted
y	0,115	0,077

Nilai *R Square* pengaruh secara bersama-sama atau simultan X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y adalah sebesar 0,115.

Maka, dapat dijelaskan bahwa semua konstruk exogen (X1, X2, X3, dan X4) secara serentak mempengaruhi Y sebesar 11,5%. Karena *R Square* kurang dari 33% maka pengaruh semua konstruk *eksogen* X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y termasuk lemah.

- Variabel yang paling kuat pengaruhnya terhadap ketahanan mental pelaku UMKM

Tabel 12. F Square

	x1	x2	x3	x4	y
x1					0,000
x2					0,053
x3					0,029
x4					0,025
Y					

Berdasarkan tabel nilai *F Square* diatas dapat diketahui bahwa pengaruh X_1 terhadap Y sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,02, yang berarti tidak memiliki pengaruh. Oleh karena itu pengaruh X_1 diabaikan karena tidak memiliki efek. Sedangkan pengaruh X_2 terhadap Y , X_3 terhadap Y , dan X_4 terhadap Y termasuk kecil sebab nilai *F Square* berada dalam rentang 0,02 sampai dengan 0,15. Pengaruh paling kuat adalah pengaruh variabel X_2 terhadap Y dengan nilai *F Square* 0,053, lebih besar dari nilai *F Square* X_3 terhadap Y sebesar 0,029 dan X_4 terhadap Y sebesar 0,025.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hubungan variabel produk dengan variabel ketahanan mental, *t statistic* $0,122 < 1,66140$ *t* tabel dan nilai *p value* $0,903 > 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel produk berhubungan positif tidak signifikan terhadap variabel ketahanan mental.
2. Hubungan variabel tempat dengan variabel ketahanan mental, *t statistic* $2,226 > 1,66140$, *t* tabel dan nilai *p value* $0,026 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel tempat berhubungan positif dan signifikan terhadap variabel ketahanan mental.
3. Hubungan variabel promosi dengan variabel ketahanan mental *t statistic* $1,189 < 1,66140$, *t* tabel dan nilai *p value* $0,235 > 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel produk berhubungan positif tidak signifikan terhadap variabel ketahanan mental.
4. Hubungan variabel harga dengan variabel ketahanan mental *t statistic* $1,046 < 1,66140$ *t* tabel dan nilai *p value* $0,296 > 0,05$, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga berhubungan positif tidak signifikan terhadap ketahanan mental.
5. Semua konstruk *exsogen* (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4) secara serentak mempengaruhi Y sebesar 11,5%. Karena *R Square* kurang dari 33% maka pengaruh semua konstruk *exsogen* X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 terhadap Y termasuk lemah.
6. Pengaruh paling kuat adalah pengaruh variabel X_2 terhadap Y dengan nilai *F Square* 0,053, lebih besar dari nilai *F Square* X_3 terhadap Y sebesar 0,029 dan X_4 terhadap Y sebesar 0,025.

Rekomendasi

1. Sehubungan dengan kecilnya nilai pengaruh konstruk *exsogen* terhadap variabel Y yaitu sebesar 11,5%, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lain, diantaranya; pemahaman religius, kemampuan manajemen, dan lain sebagainya.
2. Selanjutnya peneliti menyarankan untuk tetap menjalankan protokol kesehatan dimasa pandemi, dan terus memupuk kekuatan iman dan ihsan agar mental diri tetap terjaga untuk tetap bertahan dimasa pandemi. Karena segala sesuatu tidak akan terjadi tanpa kehendak dari-Nya, dan Allah SWT tidak akan merubah takdir seseorang melainkan orang itu sendiri yang merubahnya dengan ikhtiar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Awalia Septi. DkkAlfia Safitri, Nila Yuliana*, Alfian, Egi Taradipa, Awalia Septi Aryani. 2020. "The Effectiveness of Online Learning: The Implementation of Hand Hygiene as a COVID-19 Prevention of the Cognitive and Affective Capabilities of Nursing Students." *Ndonesian Journal of STEM Education* 2(1).
- Bengkulu, Pemerintah Provinsi. 2020. "Bantu Bangkit Dari Covid-19, UMKM Bengkulu Akan Terima Insentif Dari Pemerintah." *Bengkuluprov.Gp.Id*.
- Era Susanti, Nilam Sari, Khairul Amri. 2018. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)." *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 2(1):47.
- Handa S. Abidin, S.H., LL.M., Ph. D. 2013. "No Title Pengertian Tempat." *JawaPos.com*. 2020. "Akumindo Yakin Kontribusi UMKM Tahun Ini Capai Rp. 2.394,5 Triliun." *JawaPos*.
- Luhulima, Nur Endang. 2018. "Hubungan Lingkungan Kerja, Kompensasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Guru MTS Negeri Di Kota Malang."
- Maiti, and Bidinger. 1981. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Mashabi, Sania. 2020. "Moeldoko: Omzet UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Rata-Rata Merosot Hingga 50 Persen Artikel Ini Telah Tayang Di Kompas.Com Dengan Judul 'Moeldoko: Omzet UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Rata-Rata Merosot Hingga 50 Persen.'" *Kompas.Com*.
- PEMPROP, Gubernur Rohidin . 2020. "Menu Jasa Keuangan Perlu Penyesuaian Dengan Kondisi UMKM." 2020/12/22. repository.unpas.ac.id. 2021. "Metode Penelitian." *Repository.Unpas.Ac.Id* 1. Retrieved July 15, 2021 ([http://repository.unpas.ac.id/31647/6/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/31647/6/BAB%20III.pdf)).
- Sandi, Ferry. 2020. "Ledakan PHK Dan Dirumahkan, 2,8 Juta Pekerja Sudah Kena." *CNBC Indonesia*.
- Sataloff, Robert T., Michael M. Johns, and Karen M. Kost. 2020. "Ummu Maflachatus S, PENGEMBANGAN UMKM DESA KRAMAT PENGOLAHAN LIMBAH CANGKANG UDANG (PALAEMONIDAE) MENJADI PRODUK MAKANAN PETIS." 1–36.
- WIBOWO, NYOMAN HENDRA. 2019. "Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia." *Kompas.Com*.