

UMKM SEKITAR PESANTREN TEMBORO DALAM MENINGKATKAN PENDAPATANNYA

Selfia Bintariningtyas

Pusat Informasi Pembangunan Wilayah, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Email: selfia.bintari@staff.uns.ac.id

Hendry Cahyono

Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Email: hendrycahyono@unesa.ac.id

Abstrak

UMKM akan tumbuh ditempat-tempat yang memiliki daya tarik masyarakat untuk beraktifitas perekonomian. Salah satu aktifitas yang tinggi dilakukan santri di salah satu pondok pesantren di Kabupaten Magetan yaitu yaitu desa Temboro. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini akan mengkaji sejauh mana pengaruh jam buka usaha, strategi promosi yang dilakukan, bantuan pendanaan dan biaya bahan baku pengaruhnya terhadap meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan regresi. Hasil Analisa yang dilakukan bahwa jam buka usaha yang tinggi mampu mempengaruhi pendapatan UMKM sekitar pondok pesantren Temboro. UMKM yang melakukan strategi promosi yang baik mampu juga meningkatkan pendapatan. Sedangkan untuk bantuan pendanaan yang dilakukan oleh stakeholder terkait belum mampu mempengaruhi pendapatan pelaku usaha di desa Temboro hal ini karena kurang optimalnya bantuan yang diberikan kepada pelaku UMKM. Namun, biaya bahan baku yang semakin lama semakin naik siring meningkatnya inflasi dapat memberikan efek negatif terhadap pendapatan UMKM.

Kata Kunci : Pendapatan; UMKM; Temboro.

Abstract

MSMEs will grow in places that attract people to engage in economic activities. One of the high activities carried out by students in one of the Islamic boarding schools in Magetan Regency is Temboro village. Therefore, the aim of this research is to examine the extent to which business opening hours, promotional strategies implemented, funding assistance and raw material costs have an influence on increasing the income of MSMEs. The method used in this research is a quantitative descriptive method using regression. The results of the analysis carried out show that high business opening hours can influence the income of MSMEs around the Temboro Islamic boarding school. MSMEs that carry out good promotional strategies are also able to increase income. Meanwhile, funding assistance provided by relevant stakeholders has not been able to influence the income of business actors in Temboro Village, this is because the assistance provided to MSMEs is less than optimal. However, the cost of raw materials which increases over time as inflation increases can have a negative effect on the income of MSMEs.

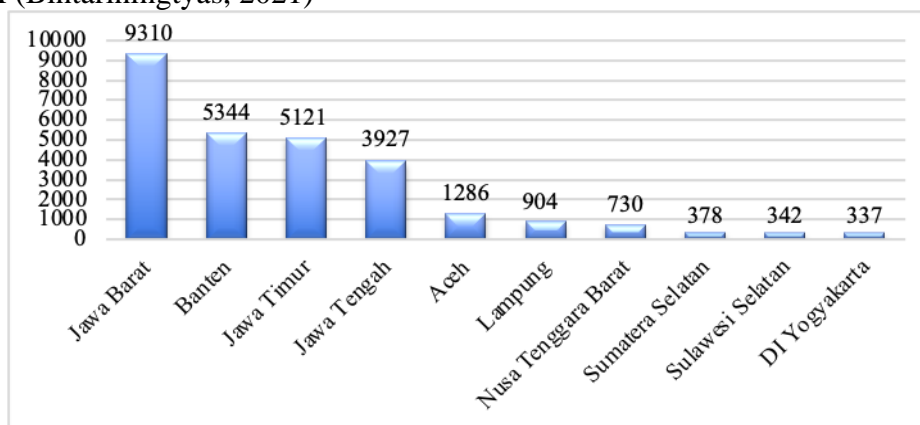
Keywords: Income; MSMEs; Temboro.

1. PENDAHULUAN

Pondok Pesantren merupakan salah satu tempat yang menunjang pendidikan di Indonesia. Selain sekolah pada umumnya pondok pesantren merupakan sekolah pada umumnya yang memberikan pendidikan pada murid atau santrinya. Terdapat perbedaan cara dalam pelaksanaan pendidikan yang dilakukan oleh pondok pesantren dan sekolah umum. Pondok pesantren melaksanakan pendidikan dengan memiliki kelengkapan yang mendukung siswa melaksanakan kehidupan sehari-hari dengan disiplin dan mandiri. Keunggulan lain pendidikan di pondok pesantren yaitu didukung oleh karakter santri

yang memiliki keterampilan dan kompetensi ilmu, khususnya dalam bidang keagamaan.

Pengetahuan agama juga menjadi salah satu hal yang dihadirkan ketika menyekolahkan anak ke pesantren. untuk lebih menekankan pada pelajaran agama bagi siswa. Dengan demikian, mereka diharapkan memiliki akhlak dan akhlak yang sesuai dengan ajaran Islam. Dewasa ini banyak orang tua sadar untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah yang mempunyai pendidikan keagamaan dan pembentukan akhlak di pondok pesantren. Oleh sebab itu pengembangan pondok pesantren sangat berkembang pesat di beberapa daerah di Indonesia saat ini. Pondok pesantren terdapat pondok pesantren modern dan pondok pesantren tradisional keduanya memiliki peran penting dalam dunia pendidikan di Indonesia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa melalui dunia pendidikan. Dampak Covid yang terjadi juga tidak menurunkan antusias UMKM dalam memperoleh pendapatan (Takeda et al., 2022). Para UMKM beralih ke penjualan dengan menggunakan E-commerce sebagai usaha yang dilakukan UMKM (Bintariningtyas, 2021)



Gambar 1. 10 Besar Provinsi dengan Pondok Pesantren Terbanyak (2021)

Sumber : BPS Indonesia 2021

Gambar tersebut menunjukkan terdapat 10 besar provinsi yang memiliki jumlah pondok pesantren terbesar provinsi di Indonesia pada tahun 2021 menurut Katadata. Yang tertinggi adalah Jawa Barat dengan jumlah Pondok Pesantren 9.310 pondok pesantren. Sedangkan, Jawa Timur menempati posisi ke-tiga setelah Banten. Pada tahun 2021 Jawa Timur memiliki jumlah 5121 pondok pesantren yang tersebar seluruh wilayah Jawa Timur. Usaha kecil harus bisa berfikir dan melakukan inovasi dalam tujuannya untuk keberlanjutan (Fisher Ke et al., 2022).

Pertumbuhan pondok pesantren yang semakin lama semakin banyak dirasakan juga oleh beberapa Kabupaten di Jawa Timur. Salah satu yang banyak memiliki pondok pesantren di Jawa Timur adalah Kabupaten Magetan yang memiliki salah satu pondok pesantren terkenal di Asia Tenggara. Di Magetan terdapat Pondok Pesantren Temboro yang merupakan pondok dengan banyak sekali santri tidak hanya berasal dari Indonesia melainkan banyak dari negara-negara tetangga di Asia. Banyaknya santri yang merupakan pendatang dari berbagai daerah untuk belajar pondok pesantren merupakan sesuatu yang positif tidak hanya dalam dunia pendidikan namun juga dalam perekonomian masyarakat. Menurut (Zaini, 2014) pesantren bisa mengaktualisasikan peranannya dalam masyarakat sebagai pemberdaya masyarakat dan sekaligus memberikan sumbangsih yang nyata terhadap pemenuhan kebutuhan-kebutuhan material masyarakat. Banyak potensi pemberdayaan masyarakat di lingkungan sekitar

pondok pesantren. Salah satunya adalah keberadaan UMKM di sekitar pondok pesantren temboro tersebut. Inovasi atau strategi yang dilakukan UMKM dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Achi et al., 2022). UMKM harus dapat menilai tingkat penerapan strategi dan praktik keberlanjutan dalam usahannya (Mitra et al., 2022).

UMKM yang merupakan motor penggerak perekonomian Indonesia dan Perekonomian daerah. Di masa pandemic Covid, kelumpuhan ekonomi saat itu dan diperlukan program-program yang mampu mendukung UMKM (Trinh et al., 2020). UMKM harus mampu membaca pasar, kebutuhan apa yang di perlukan oleh konsumen atau pasar (Trinh et al., 2020). UMKM akan tumbuh ditempat-tempat yang memiliki daya tarik masyarakat untuk beraktifitas perekonomian. Salah satu aktifitas yang tinggi dilakukan santri di salah satu pondok pesantren di Kabupaten Magetan yaitu yaitu desa Temboro. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini akan mengkaji sejauh mana pengaruh jam buka usaha, strategi promosi yang dilakukan, bantuan pendanaan dan biaya bahan baku pengaruhnya terhadap meningkatkan pendapatan pelaku UMKM.

UMKM dapat dikatakan sebagai kegiatan usaha masyarakat yang memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan berperan dalam peningkatan pendapatan masyarakat sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan serta dalam pembangunan nasional, selain itu UMKM juga dapat memperluas lapangan pekerjaan (Hastuti dkk, 2020). UMKM merupakan salah satu pilar pertumbuhan ekonomi suatu negara dan sebagai wujud pemerintah berpihak kepada rakyatnya yaitu memberikan kesempatan, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas- luasnya.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) maka pengertian UMKM dalam pasal 1 adalah sebagai berikut: (1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. (3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. (4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha saing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Dan (5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Seperti yang diungkapkan (Margareta S., 2013) “Penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menjelaskan peristiwa yang terjadi dalam bentuk angka-angka yang dapat ditafsirkan.”

Populasi adalah keseluruhan fenomena atau entitas yang ingin diteliti (Priyono, 2008). Jumlah UMKM dalam sampel ini adalah 118 UMKM, dimana terdiri dari UMKM pengolahan makanan, jasa, tekstil dan souvenir.

Menurut Priyono (2008), sampel adalah sebagian dari populasi yang ingin diteliti. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan dengan tepat agar sampel dapat mewakili dan menggambarkan populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah non-probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan kepada setiap anggota populasi umum untuk menjadi anggota sampel (Unaradjan, 2019). Sampel non-probabilitas yang digunakan adalah sampling jenuh, yaitu teknik pengambilan sampel yang seluruh populasinya dijadikan sampel. Hal ini sering terjadi ketika populasinya relatif kecil atau ketika penelitian ingin melakukan generalisasi (Sugiyono, 2009).

Penelitian ini terdapat empat variabel bebas atau variabel independen yang diukur, yaitu jam buka usaha (X1), strategi pemasaran (X2), bantuan dana (X3), dan bahan baku (X4), kemudian pendapatan (Y) sebagai variabel terikat atau variabel dependen. Dengan non-probability sampling diperoleh data responde sebanyak 35 responden pelaku UMKM. Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya (Unaradjan, 2019). Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah teknik kuesioner.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tembora yang merupakan salahsatu desa di Kecamatan Karas Kabupaten Magetan. Desa ini sungguh menarik karena banyak menarik minat masyarakat untuk dapat tinggal di Desa Tembora. Pengembangan pondok pesantrennya yang luar biasa sangat pesat dikenal diseluruh Indonesia sampai ke mancanegara. Kecamatan Karas sendiri adalah bagian dari wilayah Kabupaten Magetan Jawa Timur Indonesia. Berada di sisi sebelah timur dari Kota Magetan.

Desa Tembora memiliki luas lahan terbesar di kecamatan Karas Magetan dengan luas 6,11 Ha. Penduduk yang tinggal di desa Tembora bukan hanya penduduk setempat namun banyak yang dari beberapa daerah di Magetan ataupun dari daerah lainnya. Menurut data BPS (2019) Kabupaten Magetan sendiri memiliki jumlah pondok pesantren sebesar 47 Pondok pesantren. Di Desa Tembora terdapat Pondok Pesantren besar dengan santri berjumlah 22.436 santri yang berasal di berbagai daerah di Indonesia maupun dari luar negeri.

Hasil survey dengan menyebar kuisisioner di lapangan, dengan subyek penelitian adalah pelaku UMKM di Kabupaten Magetan. Diperoleh hasil data sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Olah Data Jam Buka Usaha dan Strategi Promosi UMKM

X_JBU	X_SP					Total
	Offline	Promosi Media Sosial	Diskon	Sales		
6 Jam	0	0	1	1		2
7 Jam	1	0	0	0		1
8 Jam	8	1	4	2		15
9 Jam	3	4	1	0		8
> 9 Jam	1	5	1	2		9
Total	13	10	7	5		35

Sumber: Data diolah penulis

Tabel 2 tersebut dapat menjelaskan hasil analisa responden dengan menggunakan analisa *cross-tab* bahwa Jam buka usaha berhubungan dengan Strategi Promosi. Jam buka usaha umkm desa Temboro sebanyak 8 pelaku UMKM memiliki jam buka usaha 8 jam per hari melakukan strategi promosi dengan cara offline saja. Mengingat di pondok pesantren tersebut banyak sekali santri yang melakukan aktifitas ekonomi secara offline tidak dengan online. Namun ada yang melakukan promosi dengan media sosial sebanyak 5 pelaku UMKM dengan mempunyai jam buka usaha sebesar 9 jam per harinya. Sedangkan yang melakukan promosi dengan cara diskon memiliki jam buka usaha 8 jam per hari. Namun, Ada beberapa yang melakukan kegiatan strategi promosi dengan menggunakan jasa sales dengan jam buka usaha 8 jam dan lebih dari 9 jam. Hal ini karena jasa sales diperlukan untuk melakukan promosi yang membutuhkan waktu yang tidak sedikit.

Menurut Adhiatma (2016) jam kerja adalah banyaknya waktu kerja yang digunakan dalam sehari. Semakin lama jam kerja yang digunakan oleh pedagang untuk menjalankan usahanya, berdasarkan jumlah barang yang ditawarkan, maka semakin besar pula peluang untuk memperoleh pendapatannya.

Tabel 3. Hasil olah data Bantuan Pendanaan dan Biaya Bahan Baku

X_BD	X_BB				
	< 1.000.000	1.000.000- 2.000.000	2.000.001- 3.000.000	3.000.001- 4.000.000	> 4.000.001
Ya	1	0	1	7	6
Tidak	1	1	4	3	11
Total	2	1	5	10	17

Sumber: Data Diolah

UMKM di sekitar pondok pesantren Temboro dan bagaimana biaya bahan baku yang digunakan dalam melakukan produksi. Bantuan pendanaan sangat diperlukan dalam meningkatkan kapasitas usahanya. Tabel 3 tersebut menunjukkan yang mendapatkan bantuan pendanaan dan beban biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi antara Rp. 3000.001- Rp. 4000.000 sebanyak 7 orang atau 20% dari semua umkm. Dan sedikit sekali yang menerima bantuan pendanaan dengan biaya bahan baku kurang dari Rp.1000.000. Tidak semua UMKM mendapatkan bantuan pendanaan sebagian dari mereka juga tidak mendapatkan bantuan pendanaan namun memiliki biaya bahan baku yang tinggi. Dari hasil olah data diatas diperoleh bahwa pelaku UMKM yang tidak mendapat bantuan pendanaan namun bisa melakukan produksi dengan biaya bahan baku untuk produksi sebesar lebih dari Rp. 4000.000 sebanyak 11 orang atau 31,4%.. Bantuan bagi UKM yang ditawarkan ada tiga insentif diberikan kepada usaha kecil dan menengah untuk menjaga keberlangsungan UKM, yakni kelonggaran pembayaran pinjaman, keringanan pajak enam bulan bagi UMKM, dan bantuan tunai bagi usaha mikro (Pakpahan, 2020).

Menurut Siswanta., (2011) bahan baku untuk proses produksi merupakan jumlah bahan yang diperlukan oleh pelaku usaha dalam melaksanakan proses produksi dalam jangka waktu tertentu. Bahan baku adalah seluruh bahan yang digunakan dalam proses produksi, maka dapat dikatakan bahwa bahan baku ini merupakan salah satu faktor penting dalam proses produksi.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi dan Pengaruh Antara Variabel

Model	Coefficients ^a					Colinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	t			
1 (Constant)	14,182	2,549		5,831	,000		1,214
X_JBU	,265	,075	,537	3,815	,001	,825	2,934
X_SP	,214	,130	,379	1,731	,023	,341	2,952
X_BD	-,276	,142	-,423	-2,022	,043	,338	2,922
X_BB	-,264	,095	-,416	-3,096	,004	,755	1,324

Sumber : Data diolah

Hasil analisa tersebut menyatakan bahwa semakin besar jam buka usaha maka akan semakin meningkatkan pendapatan UMKM di sekitar pondok pesantren. Hal ini sesuai dengan aturan pondok pesantren yang mempunyai aturan jam malam kepada santrinya dan jam kunjung kepada orang tuan yang mengunjungi. Sebagian besar pondok pesantren telah menetapkan kedisiplinan waktu-waktu tertentu untuk santrinya. Sedangkan dalam strategi promosi dan pemasaran dapat dilihat dari hasil tersebut bahwa semakin meningkatnya strategi pemasaran maka mempunyai pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Jadi semakin banyak promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Para pelanggan atau pembeli di UMKM akan memperhitungkan bagaimana harga dari produk yang dijual. Namun, bila harga tanpa disertai kualitas pelayanan terhadap pembeli atau customer mempengaruhi kepuasan pelanggan (Febrianti, 2021).

Peningkatan Pendapatannya UMKM Sekitar Pesantren Temboro

Bantuan Pembiayaan yang dilakukan oleh stakeholder kepada UMKM yang seharusnya mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kapasitas dan mampu memberikan peningkatan pendapatan UMKM, untuk UMKM disekitar pondok pesantren Temboro ini tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Pemberian bantuan keuangan atau pembiayaan kepada UMKM belum tentu memberikan dampak yang signifikan, (Mitra et al., 2022). Pemberian dana pada usaha mikro tidak efisien karena kewajiban membayar hutang yg kurang efektif. Dari hasil yang diperoleh yang mendapatkan bantuan pendanaan tidak semua pelaku usaha dan jumlahnya tidak banyak. Variabel biaya bahan baku yang semakin lama semakin meningkat seiring meningkatnya inflasi membuat biaya bahan baku berpengaruh negatif terhadap pendapatan, bila bahan baku naik sebesar mengalami penurunan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dikemukakan oleh (Lubis, 2010) biaya bahan baku berpengaruh negatif dan Bila biaya produksi meningkat maka pendapatan yang diperoleh oleh produsen mengalami penurunan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tersebut diatas mengenai bagaimana pendapatan UMKM disekitar pesantren Temboro dalam meningkatkan pendapatannya. Berikut beberapa hal yang bisa disimpulkan dari kajian di atas bahwa jam buka usaha yang tinggi mampu mempengaruhi pendapatan UMKM sekitar pondok pesantren Temboro. UMKM yang melakukan strategi promosi yang baik mampu juga meningkatkan pendapatan. Sedangkan untuk bantuan pendanaan yang dilakukan oleh stakeholder terkait belum

mampu mempengaruhi pendapatan pelaku usaha di desa Temboro hal ini karena kurang optimalnya bantuan yang diberikan kepada pelaku UMKM. Lembaga keuangan dan pelaku UMKM akan memberikan bantuan jika diperlukan oleh masyarakat khususnya anak-anak (Mulchandani et al., 2023). Namun, biaya bahan baku yang semakin lama semakin naik siring meningkatnya inflasi dapat memberikan efek negatif terhadap pendapatan UMKM. Jadi semakin tinggi harga bahan baku untuk proses produksi dapat menyebabkan beban biaya produksi semakin meningkat sehingga pendapatan pelaku UMKM semakin berkurang atau menurun.

Strategi marketing atau pemasaran yang dilakukan oleh UMKM dapat memberikan dampak yang signifikan dan positif. Pemasaran atau strategi marketing dilakukan dapat meningkatkan pendapatan (Ragoobur et al., 2023). Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi dan gencar mempromosikan produknya maka pendapatan yang diterima akan naik. Jam buka usaha yang dilakukakan oleh UMKM, semakin lama jam buka usaha maka pendapatan akan semakin naik. (Suratman et al., 2019). UMKM di sekitar pesantren harus memahami kebutuhan konsumen yaitu para santri dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari para santri.

Kajian yang telah dilakukan untuk melihat pendapatan pelaku UMKM sekitar pondok pesantren Temboro patut menarik perhatian. Pengaruh pondok pesantren di desa Temboro mampu menaikkan perekonomian desa dan daerah setempat dengan aktifitas ekonomi para santri di pondok pesantren. Oleh karena itu perlu perhatian dari pemerintah maupun stakeholder terkait untuk mengembangkan UMKM desa Temboro agar tetap berkembang dengan baik.

5. REFERENSI

- Achi, A., Adeola, O., & Achi, F. C. (2022). CSR and green process innovation as antecedents of micro, small, and medium enterprise performance: Moderating role of perceived environmental volatility. *Journal of Business Research*, 139(March 2021), 771–781. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.016>
- Adhiatma. (2016). Pengaruh Modal Awal, Lamausaha, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kayu Glondongdi Kelurahan Karang Kebagusan Kabupaten Jepara. *Ekonomi Surakarta*.
- Adjeng Mariana Febrianti. (2021). Paradox of the Consumer: Case Study on MSMEs in Pacitan Regency (MSME Case Study in Lorok Wiroyo Village, Ngadirojo District, Pacitan Regency, East Java). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(4), 832–839. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.570>
- Bintariningtyas, S. (2021). E-commerce dan Literasi Digital UMKM di Kabupaten Madiun di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 10, 25. <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Fisher Ke, J. yu, Otto, J., & Han, C. (2022). Customer-Country diversification and inventory efficiency: Comparative evidence from the manufacturing sector during the pre-pandemic and the COVID-19 pandemic periods. *Journal of Business Research*, 148(April), 292–303. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.066>
- Hastuti dkk. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.
- Lubis, A. D. (2010). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 4(1), 1–13.

- Margareta S. (2013). *Study Deskriptif Analisis Kuantitatif* (pp. 40–50.). Repository UPI.
- Mitra, R., Goswami, A., & Tiwari, M. K. (2022). Financial supply chain analysis with borrower identification in smart lending platform. *Expert Systems with Applications*, 208(February), 118026. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.118026>
- Mulchandani, K., Jasrotia, S. S., & Mulchandani, K. (2023). Determining supply chain effectiveness for Indian MSMEs: A structural equation modelling approach. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 90–98. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.04.001>
- Pakpahan. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Ragoobur, V. T., Seetanah, B., Jaffur, Z. K., & Mooneeram-Chadee, V. (2023). Building recovery and resilience of Mauritian MSMEs in the midst of the COVID-19 pandemic. *Scientific African*, 20. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2023.e01651>
- Siswanta L. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Genteng (Studi Kasus Pada Industri Kerajinan Genteng di Ceper Klaten)*. Akmenika UPY.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suratman, S., Suranto, S., & Herawati, E. (2019). Pengembangan Motif Batik dan Diversifikasi Produk Kain Batik Anatomi. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 8(1), 14–21. <https://doi.org/10.20961/semar.v8i1.40207>
- Takeda, A., Truong, H. T., & Sonobe, T. (2022). The impacts of the COVID-19 pandemic on micro, small, and medium enterprises in Asia and their digitalization responses. *Journal of Asian Economics*, 82(March), 101533. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2022.101533>
- Trinh, Q. L., Morgan, P. J., & Sonobe, T. (2020). Investment behavior of MSMEs during the downturn periods: Empirical evidence from Vietnam. *Emerging Markets Review*, 45(September 2019). <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100739>
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif (K. Sihotang (Ed.)* (Cetakan 1). Grafindo.
- Zaini, M. (2014). Strategi Pengembangan Pondok Pesantren Melalui Usaha Kecil Masyarakat. *Jurnal Kependidikan Islam*, 4(20), 175–199.