



## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEBERLANGSUNGAN UMKM DI KABUPATEN BANYUMAS PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**Ade Novianti Azhar<sup>1\*</sup>, Triani Arofah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

\*Email Corresponding Author: [aaaadeanti@gmail.com](mailto:aaaadeanti@gmail.com)

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, penggunaan *e-commerce*, inovasi produk, dan kesiapan berubah terhadap keberlangsungan UMKM di masa pandemic Covid-19. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM di masa pandemi Covid-19; (2) penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM; (3) inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM (4) kesiapan berubah tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM. Implikasi dari penelitian ini adalah pemahaman terkait literasi keuangan akan membantu pelaku usaha dalam melihat kondisi keuangan dan membantu dalam mengambil keputusan yang tepat khususnya pada masa pandemi ini, sehingga akan membantu pelaku usaha dalam menjaga kelangsungan usahanya. Penggunaan *e-commerce* membantu pelaku usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya pada masa pandemi ini dimana kegiatan belanja banyak dilakukan secara online, sehingga penggunaan *e-commerce* akan menjaga stabilitas usaha dan menjaga kelangsungan usaha.

**Kata Kunci:** literasi keuangan, penggunaan *e-commerce*, inovasi produk, kesiapan berubah, keberlangsungan usaha, UMKM

---

### **Abstract**

This study aims to determine the effect of financial literacy, use of *e-commerce*, product innovation, and readiness to change on the sustainability of MSMEs during the Covid-19 pandemic. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 MSME actors in Banyumas Regency. The data analysis technique used in the study was multiple regression analysis. The results of this study indicate that: (1) financial literacy has a significant effect on the sustainability of MSMEs; (2) the use of *e-commerce* has a significant effect on the sustainability of MSMEs; (3) product innovation has no effect for the sustainability of MSMEs; (4) readiness to change has no effect for the sustainability of MSMEs during the Covid-19 pandemic. The implication of this research is that an understanding of financial literacy will help business actors see their financial condition and assist in making the right decisions, especially during this pandemic, so that it will help business actors maintain their business continuity. The use of *e-commerce* helps business actors reach a wider market, especially during this pandemic, where shopping is mostly done online, so the use of *e-commerce* will maintain business stability and maintain business continuity.

**Key Words:** financial literacy, use of *e-commerce*, product innovation, readiness to change, business continuity, MSMEs



## PENDAHULUAN

UMKM dinilai sebagai salah satu tonggak ekonomi Indonesia yang mampu bertahan terhadap dampak dari krisis perekonomian global. Oleh karena itu, berbagai upaya yang ada, seperti pembentukan asosiasi, pelatihan-pelatihan, pemberian bantuan, dan yang lainnya, dikerahkan demi menjaga keberlangsungan UMKM di masa pandemi ini. Selain itu, UMKM diprediksi mampu menjadi garda terdepan dalam mencapai pilar ekonomi SDGs (*Sustainable Development Goals*) dengan menciptakan lapangan kerja, menciptakan kondisi kerja yang baik, perkembangan bisnis, adaptasi dan mitigasi dampak negatif dari ekonomi, sosial dan lingkungan pra-operasi bisnis untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kegiatan di bidang ekonomi di Negara Indonesia saat ini sebagian besar dilakukan oleh kegiatan usaha berbasis Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disingkat UMKM. UMKM memiliki nilai lebih, yaitu nilai fleksibilitas yang tinggi dan juga pentingnya peran UMKM bagi industri di Indonesia yang tidak stabil (Tambun, 2009). Mengingat bahwa UMKM menjadi salah satu kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh mayoritas masyarakat Indonesia.

UMKM memiliki peran yang signifikan untuk pembangunan perekonomian suatu negara (Audretsch, *et al.*, 2009). Keberadaan UMKM bila dilihat lebih dekat dan dipercaya dapat berkontribusi dalam upaya pengentasan kemiskinan dengan adanya penyerapan tenaga kerja (Career & Klomp, 1966; Adomoko Danso, & Damoah, 2016). Peran utama yang dirasakan dari adanya UMKM adalah dalam menurunkan tingkat kemiskinan dengan adanya penyediaan lapangan kerja. Hal tersebut terbukti pada saat terjadinya krisis ekonomi di tahun 1997, bahwa UMKM menjadi sektor usaha yang paling kuat (RY, 2017).

Kabupaten Banyumas yang wilayahnya relatif luas, menurut data dari Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UKM jumlah UMKM di Jawa Tengah khususnya di Kabupaten Banyumas mencapai 84.350 unit di tahun 2018. Sedangkan, menurut Badan Pusat Statistik tahun 2019, persentase jumlah UMKM terhadap total UMKM Jawa Tengah sebesar 5,19%.

Keberlangsungan merupakan suatu kata kerja yang memiliki makna yang menerangkan mengenai suatu kondisi atau keadaan yang sedang berlangsung secara berkelanjutan, proses yang terjadi dan pada saatnya akan berpusat pada suatu ketahanan terhadap suatu keadaan (disarikan dari Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam bahasa Indonesia keberlangsungan usaha atau dalam bahasa Inggris "*sustainability*" bermakna keberlanjutan, berkesinambungan, atau terus menerus, hingga keberlangsungan usaha menjadi suatu ketahanan usaha yang tetap ada dari waktu ke waktu.

Di penghujung tahun 2019, WHO *China Country Office* melaporkan adanya sebuah kasus di Kota Wuhan, Provinsi Hubei penyakit pneumonia yang tidak teridentifikasi etiologinya. 7 Januari 2020, kasus pneumonia teridentifikasi etiologinya sebagai jenis baru coronavirus (*coronavirus disease, Covid-19*). Kasus Covid-19 masuk untuk pertama kalinya di Banyumas pada pertengahan bulan Maret 2020, yang diikuti dengan peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB sebagai langkah dalam percepatan pencegahan penularan Covid-19. Kepala Kepolisian Resor Kota (Polresta) Banyumas menyatakan kepada tim antaranews.com bahwa pemantauan tersebut dilakukan dengan karantina sosial dan karantina wilayah atau dapat disebut "*mini lockdown*".

Dalam mengatasi berbagai masalah yang kini melanda para pelaku UMKM, pemerintah terus berupaya dalam mempertahankan keberadaan UMKM, di antara lain dengan memberikan program bantuan pemerintah melalui Kartu Pra-kerja, subsidi tarif listrik, dan Keluarga Harapan. Selain itu, pemerintah juga membantu dalam meringankan pembayaran pajak untuk bulan April 2020 sampai September 2020 dan merelaksasi dan restrukturisasi pembayaran pinjaman bagi pelaku UMKM dan Koperasi (dikutip dari kompaspedia).

Dampak dari Pandemi Covid-19 ini pun turut dirasakan oleh pelaku UMKM di Banyumas. Banyak UMKM yang kebingungan dalam menghadapi berbagai masalah ekonomi yang datang karena pandemi Covid-19 yang berpengaruh terhadap bertambahnya jumlah pengangguran yang signifikan. Kepala Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas, Joko Wiyono, mengatakan kepada tim [republika.co.id](http://republika.co.id), bahwa awal terjadinya wabah ini membuat banyak UMKM mengalami kesulitan.

Terlepas dari banyaknya pelaku UMKM yang terdampak, tetapi masih ada UMKM yang mampu bertahan dan menunjukkan eksistensinya di tengah pandemi Covid-19. Salah satu contohnya yaitu usaha konveksi di Purwokerto yaitu Kaos Ngapak. Pujiyanto sebagai pemilik usaha mengakui bahwa usahanya tersebut mengalami kenaikan omset mencapai lima kali lipat di masa pandemi Covid-19 ini. Oleh karena itu, peneliti ingin menganalisis faktor-faktor yang dapat memengaruhi keberlangsungan UMKM di masa pandemi Covid-19, agar UMKM mampu untuk bertahan di masa pandemi ini dan mampu mengatasi berbagai masalah sosial.

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha, faktor-faktor tersebut telah diuji dan diteliti oleh penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya (Christoper & Kristianti, 2020; Prianto, Agus, dkk, 2020; Setya, 2017) faktor-faktor yang diduga memengaruhi keberlangsungan usaha, yaitu: literasi keuangan, penggunaan *e-commerce*, inovasi produk, dan kesiapan berubah.

Faktor pertama yang diduga memengaruhi keberlangsungan UMKM, yaitu literasi keuangan. Literasi keuangan menurut OJK (2014) adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan dengan lebih baik. Ratnawati (2016) dan Aribawa (2016) mengemukakan bahwa dengan literasi keuangan dapat membantu pelaku UMKM dalam memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dalam menyusun strategi keuangan untuk proses pengambilan keputusan dan pilihan dalam layanan keuangan.

Selain literasi keuangan, faktor yang diduga memengaruhi keberlangsungan usaha adalah penggunaan *e-commerce*. *E-commerce* atau perdagangan elektronik merupakan kegiatan jual beli yang memanfaatkan fasilitas internet. Tidak hanya jual beli, *e-commerce* juga mencakup proses pembayaran dan pemasaran jasa maupun barang. Menurut Karmawan *et al* (2010) *e-commerce* merupakan kegiatan bisnis yang akan dilakukan melalui media elektronik yang fokus terhadap transaksi dengan menggunakan jaringan internet.

Faktor ketiga yang diduga memengaruhi keberlangsungan usaha adalah inovasi produk. Inovasi produk menurut Crawford & De Benedetto (2000) adalah inovasi yang diterapkan dalam seluruh aktivitas operasi perusahaan, perusahaan membuat sebuah produk yang baru diciptakan dan dipasarkan, juga termasuk inovasi di segala proses kegunaannya. Inovasi produk menurut Business Dictionary adalah pengembangan dan pengenalan pasar dari barang atau layanan baru, yang didesain ulang, atau secara substansial ditingkatkan.

Faktor terakhir yang diduga memengaruhi keberlangsungan usaha yaitu kesiapan berubah. Menurut Suwaryo & Maulana (2016) kesiapan dari pelaku usaha untuk berubah menjadi faktor penting yang menentukan eksistensinya dalam menghadapi lingkungan usaha yang berubah dengan cepat. Pelaku usaha dituntut untuk terampil dalam mengelola perubahan agar perubahan tersebut mampu memberikan manfaat bagi keberlangsungan usaha.

Penelitian terkait pengaruh literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha telah banyak diteliti dalam penelitian sebelumnya. Meskipun demikian, masih ada hasil penelitian yang kontradiktif dan dalam keadaan yang berbeda, peneliti ingin meneliti kembali apakah literasi keuangan memengaruhi keberlangsungan UMKM di masa pandemi ini dengan menambahkan faktor lainnya. Sedangkan, penelitian terkait faktor penggunaan e-commerce, inovasi produk, dan kesiapan berubah terhadap keberlangsungan usaha masih jarang diteliti dalam penelitian sebelumnya. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti ketiga faktor tersebut terhadap keberlangsungan UMKM di masa pandemi berdasarkan fenomena saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teori, yaitu Teori *The Bottom of Pyramid* (BOP) dan Teori *Planned of Behavior* (TPB). Teori *The Bottom of Pyramid* (BOP) yang dikemukakan oleh C.K. Prahalad (2020) mengungkapkan bagaimana masyarakat kecil sebagai masyarakat yang berada di tingkat terbawah dalam piramida disebut sebagai masyarakat BOP yang memiliki kemampuan dalam meningkatkan perekonomian negara. Teori ini relevan untuk menjelaskan peran UMKM di masa pandemi Covid-19. UMKM sebagai masyarakat BOP akan mampu menjadi sumber kekuatan untuk bangkit dari masalah perekonomian yang sedang dihadapi saat ini. Dengan sumber daya yang unggul, maka UMKM akan mampu membangkitkan perekonomian Indonesia, dilihat dari kontribusinya yang sudah diberikan terhadap bidang ekonomi.

Sedangkan, Teori *Planned of Behavior* yang ditemukan oleh Ajzen (1991) menjelaskan tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku seseorang. Teori ini juga relevan dengan penelitian ini. Tingkat kendali yang memengaruhi perilaku seseorang, mampu menjelaskan mengenai keyakinan pelaku UMKM untuk melakukan suatu tindakan yang dapat membuatnya bertahan di masa pandemi ini. Norma subjektif dari sudut pandang TPB menjelaskan mengenai tekanan yang dirasakan. Persaingan usaha yang semakin tinggi di masa pandemi ini, akan mendorong pelaku UMKM untuk melakukan tindakan yang dapat mempertahankan usahanya. Niat berperilaku membahas mengenai keyakinan terhadap konsekuensi dari suatu tindakan. Dengan adanya keyakinan yang mendorong niat, akan membantu pelaku UMKM untuk bersikap sebagaimana mestinya untuk menjaga kelangsungan usahanya.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### *The Bottom of Pyramid Theory*

*The Bottom of Pyramid* atau BOP menurut C.K. Prahalad (2020) adalah teori yang bertujuan untuk membangun kerangka kerja sebagai pengentas kemiskinan. Dimulai dari untuk tidak lagi melihat orang miskin sebagai korban dan mulai melihatnya sebagai pengusaha yang kuat dan kreatif dan konsumen yang sadar nilai, maka akan ada peluang yang terbuka. Dalam melayani konsumen, teori BOP akan menuntut adanya inovasi dalam teknologi, barang dan jasa, dan model bisnis. Dengan adanya tuntutan tersebut, akan mendorong perusahaan besar untuk bekerja sama dengan organisasi masyarakat sipil dan pemerintah daerah.

Teori BOP akan menjelaskan bagaimana pelaku UMKM sebagai masyarakat kecil yang mampu menjadi kekuatan bagi negara ini dalam menghadapi berbagai masalah akibat Pandemi Covid-19. Apabila UMKM tetap menunjukkan eksistensinya, salah satu pertumbuhan yang terlihat adalah penyerapan tenaga kerja. Karena meningkatnya angka pengangguran akibat pandemi, penyediaan lapangan kerja oleh UMKM mampu menjadi solusinya.

### *Theory of Planned Behavior*

Teori *Planned of Behavior* atau TPB adalah teori yang dikembangkan oleh Ajzen sebagai bentuk penyempurnaan dari *Reason Action Theory* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TPB berfokus pada adalah intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Intensi dianggap mampu melihat faktor-faktor motivasi yang memengaruhi perilaku. TPB adalah teori yang tepat untuk menerangkan mengenai berbagai perilaku di dalam

kewirausahaan. Ajzen (1991) mengatakan bahwa TPB sesuai untuk menjelaskan perilaku apa saja yang berhubungan dengan perencanaan, seperti kewirausahaan.

Dalam TPB, Ajzen menambahkan satu faktor yang menentukan intensi, yaitu *perceived behavioral control*. *Perceived behavioral control* adalah persepsi individu terhadap kontrol yang dimilikinya berkaitan dengan perilaku tertentu. Perbedaan utama antara TRA dan TPB terletak pada penambahan faktor *perceived behavioral control* (PBC). PBC ditentukan oleh dua faktor yaitu *control beliefs* (kepercayaan mengenai kemampuan dalam mengendalikan) dan *perceived power* (persepsi mengenai kekuasaan yang dimiliki untuk melakukan suatu kebaikan).

Menurut TPB niat berperilaku ditentukan oleh tiga faktor, yaitu: (1) sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*); (2) norma subjektif (*subjective norm*); (3) dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Kementerian Koperasi dan UMKM dalam Aufar (2014:8) mendefinisikan UMKM sebagai Usaha Kecil (UK), Usaha Mikro (UMI) adalah entitas yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan penjualan maksimal selama satu tahun sebesar Rp1.000.000.000. Sedangkan, Usaha Menengah merupakan entitas yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp200.000.000 sampai Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

### **Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)**

*Coronavirus* merupakan jenis virus bagian dari keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit dengan gejala ringan sampai berat. *Coronavirus Disease 2019* atau yang kerap disebut Covid-19 adalah penyakit jenis baru yang belum pernah ditemukan. Virus penyebab Covid-19 dinamakan Sars-CoV-2. Tanda dan gejala umum jika terinfeksi Covid-19 antara lain adalah gejala pada gangguan pernapasan akut, seperti demam, batuk, dan sesak napas. Untuk kasus berat dari Covid-19 dapat menimbulkan gejala pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan bahkan kematian (Rahmawati, 2020).

### **Keberlangsungan Usaha**

Dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia keberlangsungan atau *sustainability* adalah suatu bentuk kata kerja yang menjelaskan mengenai suatu kondisi yang sedang berlangsung secara berlanjut, merupakan proses yang terjadi dan akan berpusat pada suatu ketahanan dari suatu keadaan. Definisi keberlangsungan usaha berdasarkan penelitian Handayani (2007), yaitu bentuk konsistensi dari suatu usaha, keberlangsungan dilihat sebagai suatu proses berlangsungnya usaha yang meliputi pertumbuhan, perkembangan, strategi, dan pengembangan usaha yang akan berpusat pada keberlangsungan dan ketahanan usaha.

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan adalah pengetahuan tentang bagaimana cara pengelolaan dan melakukan analisa terhadap kondisi keuangan. Literasi keuangan sendiri dapat diartikan secara luas dan sempit. Definisi literasi keuangan secara luas adalah pemahaman mengenai ekonomi dan bagaimana keadaan ekonomi. Sedangkan, definisi literasi keuangan secara sempit adalah alat manajemen keuangan dasar seperti penganggaran, menabung, investasi, dan asuransi (Capuano & Ramsay, 2011).

### **Penggunaan E-commerce**

*E-commerce* atau yang kerap disebut jual beli online merupakan hal yang sudah tidak asing lagi dalam dunia bisnis termasuk dalam kegiatan bisnis UMKM. Pelaku UMKM mulai

memanfaatkan *e-commerce* untuk menjalankan bisnisnya, meskipun kegiatan mereka hanya sebatas aktifitas jual dan beli barang atau jasa tanpa memahami banyak hal yang dapat dimanfaatkan dari *e-commerce*. Pengertian *e-commerce* menurut Wong (2010) adalah kegiatan jual beli dan proses pemasaran barang dan jasa menggunakan media elektronik. Penggunaan *e-commerce* adalah suatu proses adopsi atau pemanfaatan jaringan komputer atau internet dalam melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa serta pelayanan yang diberikan mulai dari pemasaran, pengembangan, pembayaran, dan pengiriman dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan.

### ***Inovasi Produk***

Inovasi produk jika diartikan secara konvensional dapat diartikan sebagai terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru. Namun berjalannya waktu, pengertian inovasi lebih luas lagi mencakup penerapan dari gagasan atau proses baru. Inovasi produk juga dipandang sebagai suatu mekanisme perusahaan untuk menyesuaikan dengan lingkungan bisnis yang dinamis. Inovasi produk didefinisikan oleh Myers & Marquis dalam Kotler (2007) sebagai gabungan dari macam-macam proses yang saling berpadu antara satu dengan yang lain.

### ***Kesiapan Berubah***

Holt, *et al* (2007) menyatakan kesiapan individu untuk berubah sebagai suatu sikap yang komprehensif yang secara bersamaan dipengaruhi oleh isi (apa yang berubah), proses (bagaimana perubahan diimplementasikan), konteks (karakteristik individu yang diminta untuk berubah) yang terlibat dalam suatu perubahan di organisasi. Kesiapan untuk berubah juga diartikan Hanpachern & Griego (1998) sebagai sejauh mana karyawan siap secara mental, psikologis atau fisik, siap untuk berperan dalam kegiatan pengembangan organisasi. Hal ini terfokus pada kondisi karyawan yang akan memiliki peran tinggi apabila mendukung dan berpartisipasi dalam perubahan organisasi.

### ***Pengembangan Hipotesis***

Berdasarkan pada teori *Bottom of Pyramid*, dalam rangka menjaga keberlangsungan usaha diperlukan adanya kemampuan sumber daya. Salah satu kemampuan sumber daya dalam suatu usaha yang diperlukan adalah edukasi keuangan atau yang biasa disebut dengan literasi keuangan. Ditengah Pandemi Covid-19 yang menyebabkan keterpurukan pada berbagai sektor perekonomian khususnya pada UMKM. Namun, UMKM bila dapat terus berkembang dan bertahan akan mampu mengatasi masalah perekonomian secara global. Perusahaan besar yang banyak melakukan PHK, apabila UMKM dapat terus bertahan dan menyediakan lapangan pekerjaan maka salah satu permasalahan akibat Pandemi Covid-19 dapat teratasi.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, yaitu penelitian Aribawa (2016), Widayanti & Marwanti (2017), dan Christopher & Kristianti (2020) yang membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha, oleh karena itu hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di masa Pandemi Covid-19

Dalam *theory of planned behavior* (TPB) salah faktor yang memengaruhi pertimbangan seseorang untuk melakukan suatu perilaku adalah tingkat kendali atau faktor persepsi. Faktor persepsi berupa kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku yang akan dikerjakan. Menurut Ajzen (1991), persepsi tersebut ditentukan dari keyakinan seseorang untuk mengendalikan faktor-faktor yang menghambat atau mendorong perilaku. Ditengah keterpurukan perekonomian saat ini, pelaku UMKM didorong untuk tetap mempertahankan

eksistensinya. Dengan adanya kemampuan untuk menggunakan *e-commerce*, akan mendorong niat pelaku UMKM untuk menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan usahanya. Ditengah pandemi saat ini, *e-commerce* akan membantu pelaku usaha mempertahankan usahanya, dengan menjangkau pasar yang lebih luas sampai di tingkat nasional bahkan internasional.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, yaitu Christoper & Kristianti (2020) yang membuktikan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha, oleh karena itu hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di masa Pandemi Covid-19

TPB menyatakan bahwa tekanan yang dirasakan akan memengaruhi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Persaingan usaha adalah tekanan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Dengan adanya inovasi produk menjadi salah satu langkah yang mampu merespon persaingan yang kian ketat. Tanpa adanya inovasi, akan sulit bagi suatu usaha dalam melakukan persaingan dengan kompetitor lain. Inovasi dilakukan berdasarkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan menjaga kualitas, sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha. Tanpa adanya inovasi, akan sulit bagi suatu usaha dalam melakukan persaingan dengan kompetitor lain. Berdasarkan pada penelitian terdahulu, yaitu Christiana & Hidayat (2014) yang membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap perkembangan usaha, oleh karena itu hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Inovasi produk berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di masa pandemi Covid-19

Salah satu yang menjadi faktor penentu niat berperilaku menurut *theory of planned behavior* adalah sikap terhadap perilaku atau *attitude towards behavior*, yaitu sikap yang berasal dari keyakinan terhadap konsekuensi yang diterima dari suatu perilaku tertentu. Kesiapan berubah akan memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha, dengan kemampuan pelaku usaha menyesuaikan keadaan untuk mengatasi suatu masalah maka akan mendorong kelangsungan usaha. Dengan adanya keyakinan perubahan akan mendatangkan manfaat bagi usahanya, maka akan mendorong niat untuk melakukan perubahan oleh pelaku usaha. Kesiapan berubah akan memberikan dampak positif terhadap kelangsungan usaha, dengan kemampuan pelaku usaha menyesuaikan keadaan untuk mengatasi suatu masalah maka akan mendorong kelangsungan usaha.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu, yaitu Prianto, dkk (2020) yang membuktikan bahwa kesiapan berubah berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha, oleh karena itu hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : Kesiapan berubah berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di masa pandemi Covid-19

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan data dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas, jumlah UMKM yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas sebanyak 84.350 unit dengan rincian usaha mikro sebanyak 79.944, usaha kecil sebanyak 4.367, dan usaha menengah sebanyak 39 unit.

Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin menunjukkan bahwa jumlah minimal sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 unit. Dengan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM yang bertahan atau terjaga kelangsungan usahanya di masa pandemi Covid-19. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam riset ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung.

### Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu usaha untuk dapat bersaing dengan pesaing yang akan mendorong usahanya terus berkembang dengan baik dan terhindar dari kebangkrutan atau pailit (Dwiyananda & Mawardi, 2015). Variabel keberlangsungan usaha diukur menggunakan indikator dalam penelitian Perdana (2016), yaitu: (1) kualitas produk; (2) jumlah tenaga kerja; (3) perkembangan teknologi; (4) tingkat penjualan; (5) pangsa pasar; (6) dan kontinuitas produksi atau usaha.

Literasi keuangan didefinisikan oleh Lusardi, *et al* (2012) adalah sejumlah keahlian dan pengetahuan terkait keuangan yang dimiliki individu untuk mampu mengolah dan menggunakan sejumlah uangnya untuk meningkatkan taraf hidupnya. Variabel literasi keuangan diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari penelitian Alfian (2016) dengan menggunakan indikator yang digunakan pada survei pengukuran literasi keuangan di 113 negara (OECD, 2011), yaitu: (1) sikap keuangan; (2) perilaku keuangan; (3) dan pengetahuan keuangan.

*E-commerce* merupakan kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan dengan memanfaatkan internet. Dengan menggunakan *e-commerce* maka pelaku usaha dapat mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan sebanyak-banyaknya. Variabel penggunaan *e-commerce* diukur dengan menggunakan indikator dalam penelitian Terzi (2011), yaitu: (1) akses internet; (2) kemudahan informasi; (3) dan kemampuan sumber daya manusia.

Inovasi produk merupakan gabungan berbagai proses yang saling berhubungan satu dengan yang satu, inovasi tidak berbicara tentang ide baru, penemuan baru, atau perkembangan dari usaha yang sudah ada. Inovasi produk melainkan gambaran proses dalam roda usaha. Variabel inovasi produk diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari penelitian Susanto (2013), yaitu: (1) lini produk; (2) tambahan pada lini produk yang telah ada; (3) dan penentuan kembali.

Kesiapan berubah didefinisikan oleh Hanpachern & Griego (1998) sebagai sejauh mana individu siap secara mental, psikologis, atau fisik, dan bersedia mengikuti kegiatan pengembangan. Variabel kesiapan berubah diukur dengan indikator dari penelitian Holt, *et al* (2007) yaitu: (1) keyakinan pelaku usaha bahwa perubahan yang diusulkan akan tepat bagi usaha; (2) keyakinan pelaku usaha bahwa usahanya akan mendapatkan keuntungan dari penerapan perubahan; (3) pelaku usaha akan meyakini adanya alasan yang logis untuk berubah dan adanya kebutuhan untuk perubahan yang diusulkan; (4) pelaku usaha berfokus pada manfaat dari perubahan bagi perusahaan; (5) dan keyakinan pelaku usaha tentang kemampuannya untuk menerapkan perubahan yang diinginkan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Jawaban dari responden terhadap variabel-variabel dalam penelitian digambarkan melalui analisis mengenai statistik deskriptif. Analisis deskriptif mampu memberikan gambaran mengenai distribusi persebaran data terkait jawaban responden atas pertanyaan pertanyaan yang ada dalam kuesioner penelitian. Berikut ini adalah tabel hasil dari analisis statistik deskriptif:

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Deviasi Standar
Keberlangsungan Usaha	100	3	5	4,18	0,557
Literasi Keuangan	100	2	5	4,22	0,629
Penggunaan <i>E-commerce</i>	100	2	5	4,03	0,643
Inovasi Produk	100	1	5	3,89	0,777
Kesiapan Berubah	100	2	5	4,17	0,739
Valid N (listwise)					

Sumber : data diolah (2021)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap indikator pertanyaan memiliki nilai  $R_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $R_{tabel}$ . Dari hasil tersebut maka setiap indikator pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kelima variabel dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari batas minimal, yaitu 0,60. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh indikator pertanyaan dalam kuesioner reliabel.

Berdasarkan hasil uji normalitas, nilai *asympt. sig* dari uji *kalmogorov smirnov* adalah 0,200 yang berarti lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sampel yang diambil dalam penelitian berasal dari populasi yang mempunyai distribusi normal. Hasil pengujian multikolinieritas diketahui bahwa tidak ada multikolinieritas dalam model regresi, karena variabel literasi keuangan, penggunaan *e-commerce*, inovasi produk, dan kesiapan berubah memiliki nilai signifikansi  $\geq 0,10$  dan nilai  $VIF \leq 10$ . Sedangkan, untuk hasil dari uji heteroskedastisitas diketahui bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi variabel literasi keuangan, penggunaan *e-commerce*, inovasi produk, dan kesiapan berubah  $> 0,05$ .

Tabel 2. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Berganda

	Beta	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	9,314	2,120		4,393	0,000
Literasi Keuangan	0,306	0,089	0,341	3,416	0,001
Penggunaan <i>E-commerce</i>	0,218	0,088	0,233	2,476	0,015
Inovasi Produk	0,125	0,077	0,156	1,627	0,107
Kesiapan Berubah	0,041	0,086	0,049	0,473	0,637
F = 13,072	$R^2$	= 0,355			
Sig. 0.000	Adj $R^2$	= 0,328			

Sumber : data diolah (2021)

Dari Tabel 2 diatas, maka dapat dibuat persamaan model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 9.314 + 0,306X_1 + 0.218X_2 + 0,125X_3 + 0,041X_4 + e$$

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 13,072. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  yang berarti bahwa model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan. Pada Tabel 2 juga terlihat nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  sebesar 0,355 dan nilai *adjusted R square* sebesar 0,328. Nilai 0,328 tersebut menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel keberlangsungan usaha pada UMKM dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 32,8%. Sedangkan, sisanya sebanyak 0,672 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan sebagai berikut: (1) Variabel literasi keuangan mempunyai nilai sig  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  3,416. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan literasi keuangan terhadap keberlangsungan UMKM diterima; (2) Variabel penggunaan *e-commerce* mempunyai nilai sig  $0,015 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  2,476. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM diterima; (3) Variabel inovasi produk mempunyai nilai sig  $0,107 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  1,672. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM ditolak; (4) Variabel kesiapan berubah mempunyai nilai sig  $0,673 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  0,473. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan kesiapan berubah berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM ditolak.

#### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keberlangsungan UMKM di masa *Pandemic Covid-19***

Pengujian hipotesis pertama ( $H_1$ ) dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas pada masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, hipotesis pertama ( $H_1$ ) dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM akan mendorong keberlangsungan usahanya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori *The Bottom of Pyramid*, dimana dalam menjaga keberlangsungan usaha diperlukan adanya sumber daya. Sumber daya yang direpresentasikan dengan kemampuan literasi keuangan. Adanya sumber daya dari pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan yang baik, akan mendukung berjalannya usaha dan akan menjaga keberlangsungan dari usaha itu sendiri. UMKM yang mampu bertahan di masa pandemi saat ini, maka akan mampu menjadi kekuatan negara dalam menghadapi permasalahan perekonomian yang timbul akibat pandemi ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, diantaranya penelitian Aribawa (2016), Widayanti & Marwanti (2017), dan Christopher & Kristianti (2020) yang membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

#### **Pengaruh Penggunaan *E-commerce* terhadap Keberlangsungan UMKM di masa *Pandemic Covid-19***

Pengujian hipotesis kedua ( $H_2$ ) dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas pada masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, hipotesis kedua ( $H_2$ ) dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *e-commerce* oleh pelaku UMKM akan mendorong keberlangsungan usahanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa niat berperilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga hal, salah satunya adalah tingkat kendali atau faktor persepsi. Faktor persepsi adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku yang dikerjakan. Penggunaan *e-commerce* yang direpresentasikan sebagai kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan jaringan internet dalam menjalankan usahanya, dengan kemampuan menggunakan *e-commerce* akan mendorong keberlangsungan usahanya.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, yaitu penelitian Christopher & Kristianti (2020) yang membuktikan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

#### **Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberlangsungan UMKM di masa *Pandemic Covid-19***

Pengujian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi produk tidak memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas pada masa

pandemi Covid-19. Oleh karena itu, hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dinyatakan ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada atau tidaknya inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan usahanya.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* terkait norma subjektif. Menurut norma subjektif faktor yang mendorong niat berperilaku seseorang adalah dari faktor eksternal. Inovasi produk yang direpresentasikan sebagai bentuk tekanan dari eksternal atau pesaing yang akan mendorong pelaku usaha untuk melakukan inovasi produk tidak dapat dibuktikan dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian Christiana & Hidayat (2014) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Menurut Christiana & Hidayat (2014) produk yang berkualitas yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal tersebut akan membantu usaha untuk memenangkan persaingan bisnis yang akan menjaga kelangsungan usahanya.

### **Pengaruh Kesiapan Berubah terhadap Keberlangsungan UMKM di masa *Pandemic Covid-19***

Pengujian hipotesis keempat ( $H_4$ ) dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa kesiapan berubah tidak memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas pada masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, hipotesis keempat ( $H_4$ ) dinyatakan ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada atau tidaknya kesiapan berubah oleh pelaku UMKM tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan usahanya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* terkait *attitude toward behavior* yang merupakan sikap yang berasal dari keyakinan terhadap konsekuensi yang diterima dari suatu perilaku. Kesiapan berubah yang direpresentasikan sebagai keyakinan pelaku usaha bahwa dengan melakukan perubahan akan mendatangkan manfaat bagi usahanya. Sehingga perlu adanya kesiapan dalam melakukan perubahan, tidak berhasil dibuktikan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian Prianto, dkk (2020) yang menjelaskan bahwa kesiapan berubah menjadi faktor utama yang menentukan keberlangsungan kegiatan usaha.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan terkait faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan UMKM di Kabupaten Banyumas pada masa pandemi Covid-19, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap keberlangsungan; (2) Penggunaan *e-commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap keberlangsungan UMKM; (3) Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM; (4) Kesiapan berubah tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM.

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan keberlangsungan usaha pada UMKM dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik serupa. Bagi pelaku UMKM diharapkan dapat mengetahui faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha dan dapat memahami lebih dalam terkait literasi keuangan dan mampu mengadopsi serta menggunakan *e-commerce* dengan baik agar mampu mempertahankan kelangsungan usahanya, khususnya di masa pandemi Covid-19. Dan bagi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM diharapkan mampu memberikan edukasi atau pelatihan untuk memberikan serta meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM terkait literasi keuangan dan penggunaan *e-commerce* agar pelaku UMKM mampu mempertahankan kelangsungan usahanya.

Keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu peneliti tidak melakukan pendampingan secara menyeluruh kepada responden, hasil penelitian ini pada variabel dependen hanya mampu menjelaskan hubungan terhadap variabel independen sebesar 32,8% saja, dan dalam penelitian

ini jumlah sampel untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah belum seimbang. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mendampingi secara keseluruhan responden, menggunakan variabel lain, serta diharapkan dapat mengambil sampel dengan jumlah setiap klasifikasi usaha sama banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamoko, S., Danso, A., & Ofori, Damoah, J. (2016).. The Moderating Influence of Financial Literacy on The Relationship Between Access to Finance and Firm Growth in Ghana *Venture Capital*, 43–61.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 179–211.
- Alfian, M, A. (2016). *The Effect of Financial Literacy to the Revenue of Traditional Market Sellers (A Study on the Sellers of Pasar Manis Purwokerto, Kabupaten Banyumas)*. Skripsi Universitas Jenderal Soedirman.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1-13.
- Audretsch, D., Van der Horst, R., Kwaak, T., dan Thurik, R. 2009. First section of the annual report on EU small and medium-sized enter. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.
- Audretsch, D., Van der Horst, R., Kwaak, T, & Thurik, R. (2009). First Section of The Annual Report on EU Small and Medium-Sized Enterprises. *EIM Business & Policy Research*, 12.
- Aufar, A. (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM (Survey pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung)*.
- Capuano, A., & Ramsay, I. (2011). What Causes Suboptimal Financial Behavioural Economics. *Melbourne Legal Studies Research Paper*, 540.
- Christiana, Y., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2014). Pengaruh Kompetensi Wirausaha Pembinaan Usaha dan Inovasi Produk terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 384–393.
- Christoper, S,W, W., & Khristianti, I. (2020). Hubungan E-commerce dan Literasi Keuangan terhadap Kelangsungan Usaha di Boyolali. *Jurnal Akuntansi ISSN*.
- Crawford, C Merley., D. B. (2000). Management No Title. *New York: McGraw-Hill*.
- Dwiyandana, O,M., & Mawardi, I. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, Ritel Modern terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional di Gresik. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Reading, MA: Addison-Wesley*.
- Handayani, N. (20017). Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha.
- Hanpachern, C., Morgan, G. A., & Griego, O. V. (1998). An Extension of The Theory of Margin: A Framework for Assessing Readiness for Change. *Human Resource Development Quarterly*, 9(4), 339–350.
- Holt, D.T., Armenakis, A.A., Field, H.S., & Harris, S. . (2007). Readiness for Organizational Change: The Systematic Development of a Scale. *Journal of Applied Behavioral Science*, 43(2), 99–112.
- Karmawan, I. G. M., Sundjaja, A. M., & Luhukay, D. (2010). Analisis dan Perancangan E-commerce PD. Garuda Jaya. *SNATI*.
- Lusardi, et al. (2012). Financial Literacy Among The Young. *Journal Of Consumer Affairs*, 1–34.

- OECD. (2011). *Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Note For Conducting An Internationally Comparable Survey of Financial Literacy*.
- Perdana, A. I. (2016). *Pengaruh Penerapan Sistem Pengendalian Intern, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Penggunaan Modal Usaha terhadap Keberlangsungan Usaha pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Banyumas*. Skripsi Universitas Jenderal Soedirman.
- Prahalad, C. . (2020). *The Fortune at the Bottom of The Pyramid*. *Wharton School Publishing*.
- Prianto, A., Kurniawati, I., Wahyudi, M. T., & Yulistia, E. (2020). Berbagai Faktor Penentu Kesiapan Untuk Berubah dan Pengaruhnya Terhadap Keberlangsungan Kegiatan UMKM Di Wilayah Terdampak Wabah Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1)(14–42).
- Rahmawati, I. (2020). Pencegahan dan Penanggulangan Covid-19.
- Ratnawati, R. (2016). Tingkat Pendidikan, Pengetahuan Literasi keuangan, Sustainability Usaha sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Manajemen UKM.
- RY, N, N. (2017). Faktor-faktor yang Memiliki Kontribusi pada Keberlangsungan dan Kesuksesan UMKM yang Dikelola oleh Kalangan Usia Muda. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 13(1).
- Setya, Meika, A. (2017). Pengaruh Persepsi Harga, Inovasi, dan Kualitas Produk terhadap Keberlangsungan Usahawan Home Industry Rotan di Desa Trangsan Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo Tahun 2016.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sumarwoto. (2020). *Kaos Ngapak Wujud Kebanggaan terhadap Produk dalam Negeri*. Diakses melalui Antara News: <https://www.antaraneews.com/>
- Susanto, A. (2013). *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak*. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Tambunan, T. (2011). Perekonomian Indonesia. Bogor. *Ghalia Indonesia*.
- Terzi, N. (2011). The Impact of E-commerce on International Trade and Employment. *Social and Behavioral Sciences*, 24, 745–753.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(2), 153–163.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo.