

Analisis kontribusi mahasiswa terhadap pertumbuhan ekonomi sektor UMKM di wilayah kampus: Studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan pelaku UMKM di sekitarnya

Muhammad Muti Udin

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: 210501110121@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

ekonomi; kontribusi;
mahasiswa; UMKM; pandemi

Keywords:

economy; contribution;
students; MSME; pandemic

ABSTRAK

Pemulihan ekonomi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan hal yang penting dalam mengatasi dampak negatif dari krisis ekonomi, termasuk pandemi. Kontribusi mahasiswa dalam pemulihan sektor UMKM menjadi aspek yang relevan untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi mahasiswa dalam pemulihan ekonomi sektor UMKM di wilayah kampus, dengan fokus pada studi kasus mahasiswa di Universitas

Islam Negeri (UIN) Malang. Mahasiswa memiliki potensi untuk memberikan ide-ide inovatif, energi tinggi, serta akses ke sumber daya dan pengetahuan yang terus berkembang. Melibatkan mahasiswa dalam upaya pemulihan ekonomi sektor UMKM memberikan manfaat ganda, baik bagi mahasiswa maupun UMKM di wilayah kampus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara terhadap mahasiswa dari berbagai fakultas dan tingkatan di UIN Malang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran dan kontribusi mahasiswa dalam pemulihan sektor UMKM di wilayah kampus, serta menjadi dasar untuk pengembangan kebijakan dan program yang melibatkan mahasiswa secara aktif dalam upaya pemulihan ekonomi dan pengembangan UMKM.

ABSTRACT

The recovery of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) sector is important in addressing the negative impacts of economic crises, including the pandemic. The contribution of students to the recovery of the MSME sector is a relevant aspect to be researched. This study aims to analyze the contribution of students to the economic recovery of the MSME sector in the campus area, with a focus on a case study of students at the State Islamic University (UIN) Malang. Students have the potential to provide innovative ideas, high energy, as well as access to continuously evolving resources and knowledge. Involving students in efforts to recover the MSME sector brings dual benefits, both for the students and the MSMEs in the campus area. This research uses a qualitative approach with interviews conducted with students from various faculties and levels at UIN Malang. The results of this study are expected to provide a better understanding of the role and contribution of students to the economic recovery of the MSME sector in the campus area, as well as serve as a basis for policy development and programs that actively involve students in economic recovery efforts and MSME development.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendahuluan

Pemulihan ekonomi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan aspek penting dalam mengatasi dampak negatif yang dihasilkan oleh krisis ekonomi atau perubahan sosial yang tak terduga misalnya saja pandemi seperti kemarin. UMKM memiliki peran kunci dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Oleh karena itu, kontribusi yang diberikan oleh para pihak terkait, termasuk mahasiswa, dalam memulihkan sektor UMKM menjadi hal yang sangat relevan untuk diteliti.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi mahasiswa terhadap pemulihan ekonomi sektor UMKM di wilayah kampus, dengan menggunakan studi kasus mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Malang. Pemilihan UIN Malang sebagai studi kasus dilakukan karena kampus ini memiliki lokasi yang disekitarnya banyak terdapat UMKM yang menjalankan usahanya dan juga UIN Malang memiliki peran penting dalam menghubungkan akademisi dengan masyarakat sekitar, terutama dalam konteks pengembangan UMKM.

Mahasiswa merupakan aset berharga dalam konteks ini karena mereka memiliki potensi untuk menghasilkan ide-ide inovatif, energi yang tinggi, serta akses ke sumber daya dan pengetahuan yang terus berkembang. Melibatkan mahasiswa dalam upaya pemulihan ekonomi sektor UMKM dapat memberikan manfaat ganda. Di satu sisi, ini dapat meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam kegiatan nyata di luar lingkungan perkuliahan dan memberi mereka pengalaman praktis yang berharga. Di sisi lain, UMKM di wilayah kampus akan mendapatkan akses ke sumber daya intelektual dan potensi pasar yang dimiliki oleh mahasiswa.

Alexander Astin (1999) menyatakan bahwa mahasiswa yang terlibat aktif dalam kegiatan di luar lingkungan perkuliahan, seperti pengabdian masyarakat atau keterlibatan dalam pengembangan UMKM, cenderung memiliki pengalaman belajar yang lebih baik dan keterampilan yang lebih berkembang. Melalui keterlibatan aktif ini, mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan yang didapatkan di kelas ke dunia nyata dan juga belajar dari pengalaman praktis yang mereka alami.

Penelitian yang dilakukan oleh Azwar (2018) tentang kontribusi mahasiswa dalam pemulihan ekonomi sektor UMKM juga menunjukkan bahwa melibatkan mahasiswa dalam kegiatan pengembangan UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam sektor tersebut. Mahasiswa memiliki pemahaman yang mendalam tentang tren pasar dan teknologi terbaru, sehingga dapat memberikan ide-ide baru dan solusi kreatif untuk UMKM.

Meskipun peran mahasiswa dalam pemulihan ekonomi sektor UMKM di wilayah kampus memiliki potensi yang besar, terdapat beberapa kesenjangan atau hambatan yang perlu diatasi. Beberapa kesenjangan yang dapat ditemukan antara kondisi ideal dan kondisi real saat ini seperti kurangnya kesadaran dan motivasi dari mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan pengembangan UMKM. Beberapa mahasiswa mungkin lebih fokus pada kegiatan akademik mereka dan kurang menyadari potensi mereka untuk

memberikan kontribusi nyata dalam pemulihan ekonomi sektor UMKM. Selain itu seperti yang kita ketahui pada kondisi sebelumnya yaitu pandemi mahasiswa melakukan pembelajarannya dengan metode daring sehingga kondisi lingkungan disekitar kampus menjadi sangat sepi hal seperti ini tentunya juga menarik untuk diteliti apakah dalam kondisi seperti itu dan dengan kondisi saat ini memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan UMKM yang ada di sekitar kampus.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis kontribusi mahasiswa terhadap pemulihan ekonomi sektor UMKM di wilayah kampus UIN Malang melalui pendekatan kualitatif melalui wawancara kepada dua pihak. Peneliti akan melibatkan responden dari berbagai fakultas dan tingkatan mahasiswa di kampus tersebut untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang kontribusi mahasiswa.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang potensi dan peran mahasiswa dalam memulihkan sektor UMKM di wilayah kampus. Implikasi dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan kebijakan dan program yang melibatkan mahasiswa secara aktif dalam upaya pemulihan ekonomi dan pengembangan UMKM. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi sumbangan dalam literatur akademik yang berhubungan dengan keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan sosial dan ekonomi di tingkat lokal.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menjelajahi peran dan kontribusi mahasiswa dalam pemulihan ekonomi sektor UMKM di wilayah kampus UIN Malang dengan menggunakan pendekatan interdisipliner yang melibatkan bidang studi seperti ekonomi, manajemen, dan sosiologi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan yang terlibat dalam pemulihan ekonomi sektor UMKM serta memberikan arahan kebijakan yang lebih baik untuk meningkatkan peran mahasiswa dalam konteks ini.

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Dalam bukunya yang terkenal, "Principles of Marketing", Kotler menggambarkan perilaku konsumen sebagai proses di mana individu atau kelompok mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, sikap, dan pembelajaran. Dia juga menyoroti faktor sosial seperti kelompok referensi, pengaruh keluarga, dan norma sosial yang memainkan peran dalam pengambilan keputusan konsumen. Selain itu, Kotler menyoroti pentingnya faktor pemasaran seperti produk, harga, promosi, dan distribusi dalam membentuk perilaku konsumen.

Daya Beli Mahasiswa

Prof. Richard Winter. Dalam penelitiannya, Winter menggambarkan daya beli mahasiswa sebagai kemampuan mahasiswa untuk membeli barang dan layanan berdasarkan pendapatan dan sumber daya yang mereka miliki. Ia menekankan bahwa daya beli mahasiswa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk pendapatan

pribadi, dukungan keuangan dari orang tua atau sumber lain, pengeluaran rutin, dan preferensi belanja.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Komara, T. (2019) menggambarkan UMKM sebagai usaha dengan skala kecil hingga menengah yang umumnya memiliki keterbatasan sumber daya. Selain itu, Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah juga memberikan definisi mengenai UMKM. Usaha Mikro adalah jenis usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang telah diatur dalam undang-undang ini. Usaha Kecil merupakan jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha Kecil juga harus memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam undang-undang ini. Sementara itu, Usaha Menengah adalah jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil atau usaha besar. Usaha Menengah harus memenuhi kriteria yang telah diatur dalam undang-undang ini berdasarkan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunannya.

Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Pendapatan UMKM

Solimun (2016) menjelaskan bahwa pemahaman yang baik tentang perilaku konsumen dapat membantu UMKM dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan preferensi konsumen. Dengan demikian, UMKM dapat menyediakan produk atau layanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan.

Pengaruh Daya Beli Mahasiswa terhadap Pendapatan UMKM

Pengaruh daya beli mahasiswa terhadap pendapatan UMKM melibatkan faktor-faktor seperti tingkat pengeluaran mahasiswa, preferensi konsumen, dan harga produk atau layanan UMKM. Dalam penelitian ini, penting untuk mengevaluasi sejauh mana daya beli mahasiswa UIN Malang memengaruhi pendapatan UMKM di sekitar kampus. Analisis ini dapat melibatkan penelusuran hubungan antara daya beli mahasiswa, frekuensi pembelian, dan jumlah pengeluaran mahasiswa pada produk atau layanan UMKM.

Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM

Yunus, M. (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa perubahan perilaku konsumen selama pandemi COVID-19, seperti kecenderungan untuk mengurangi pengeluaran atau beralih ke pembelian online, dapat berdampak negatif pada pendapatan UMKM. Dalam konteks ini, pemahaman yang baik tentang perilaku konsumen menjadi penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif. Selain itu, pandemi juga berpengaruh langsung terhadap tingkat pendapatan yang diporel oleh UMKM.

Melalui pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dan daya beli mahasiswa, serta pengaruhnya terhadap pendapatan UMKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan terkait di Kota

Malang. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi UMKM di sekitar UIN Malang dan memperkuat kontribusi mahasiswa terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan wawancara baik langsung maupun online. Menurut Wijayanti, Fajar (2012), metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman dan interpretasi makna yang diberikan oleh individu atau kelompok dalam suatu konteks sosial. Metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan narasi. Dalam penelitian kualitatif, penekanan diberikan pada pemahaman mendalam tentang bagaimana individu atau kelompok menginterpretasikan fenomena yang diteliti, serta pemahaman konteks sosial yang melingkupinya. Data yang dikumpulkan dalam metode ini berupa wawancara, observasi, atau dokumen yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis dan menggambarkan pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh peserta penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Perspektif Mahasiswa

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap mahasiswa Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan juga beberapa UMKM yang ada di sekitar kampus Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Jawaban yang diberikan oleh mereka tentunya bervariasi tetapi terdapat hal-hal yang memiliki inti atau kesimpulan yang sama.

Dari kalangan mahasiswa mayoritas dari mereka cukup sering melakukan pembelian pada UMKM di sekitar kampus tetapi ada juga beberapa mahasiswa yang jarang melakukan pembelian pada UMKM di sekitar kampus. Alasan mahasiswa melakukan pembelian pada UMKM di sekitar kampus juga cukup bervariasi tetapi dari kebanyakan mahasiswa yang diwawancara beralasan bahwa mereka melakukan pembelian pada UMKM di sekitar kampus sebab lokasinya yang dekat serta harga yang diberikan relative terjangkau.

Selain itu ada juga beberapa factor yang mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan pembelian pada UMKM di sekitar kampus. Dalam hal ini suatu merek tertentu juga mempengaruhi mereka dalam melakukan pembelian. Mayoritas dari mahasiswa percaya bahwa merek yang sudah terkenal relative memiliki kualitas produk yang baik, dalam hal ini tentunya kualitas produk juga menjadi salah satu faktor utama yang membuat mahasiswa melakukan pembelian pada UMKM disekitar kampus. Kualitas produk yang baik akan mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian tetapi juga hal ini dipengaruhi oleh faktor lain yaitu harga. Mayoritas mahasiswa lebih mengutamakan keterjangkauan harga dalam melakukan pembelian, tetapi ada juga beberapa mahasiswa yang lebih mementingkan kualitas dari pada harga tersebut dengan alasan waktu manfaat yang diberikan oleh produk yang dibeli, jika produk yang ditawarkan memiliki manfaat jangka Panjang mereka lebih memprioritaskan kualitas daripada harga.

Kemudian terdapat faktor lain pula yang mempengaruhi faktor-faktor diatas yaitu pendapatan dari mahasiswa tersebut dan juga faktor sosial. Pendapatan mahasiswa mempengaruhi mereka dalam melakukan pembelian, jika pendapatan mereka tinggi maka daya beli mereka juga akan tinggi begitu pula sebaliknya jika pendapatan mereka kecil daya beli mereka juga akan rendah. Pendapatan mahasiswa mempengaruhi mereka dalam melakukan pembelian terhadap produk yang bermerek dan berkualitas, jika pendapatan mereka tinggi mereka relative melakukan pembelian pada produk yang bermerek dan berkualitas dan sebaliknya jika pendapatan mereka rendah mereka leboh memilih melakukan pembelian pada produk yang memiliki harga yang lebih terjangkau. Selain pendapat factor soasial seperti rekomendasi dari orang lain juga mempengaruhi mahasiwa melakukan pembelian pada UMKM di sekitar kampus, sebab kebanyakan dari mahasiswa juga melakukan pembelian pada produk yang banyak diperbincangkan.

Faktor sosial lain seperti pandemi yang terjadi kemarin juga mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan pembelian pada UMKM disekitar kampus. Pada masa pandemic mahasiswa melakukan perkuliahan secara daring dari rumah masing-masing sehingga tidak dapat pergi kekampus dan melakukan pembelian pada UMKM di sekitar kampus. Pandemi Covid 19 ini juga mempengaruhi pendapatan dari beberapa mahasiswa sehingga banyak dari mereka yang pendapatannya berkurang sehingga daya beli mereka juga menurun.

Perspektif UMKM

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM yang ada di sekitar kampus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, mahasiswa memiliki peran yang cukup penting dalam keberlangsungan pertumbuhan UMKM. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa mahasiswa memiliki berbagai alasan dan faktor dalam memutuskan konsumsi mereka, begitu pula dari UMKM juga memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi penjualan mereka.

Dalam menentukan harga jual produk, pelaku UMKM menentukannya dengan menghitung jumlah modal produksi atau HPP (Harga Pokok Produksi), melihat harga pasar, dan ditambah keuntungan yang ingin diperoleh. Pelaku UMKM di sekitar kampus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang juga memperhatikan tingkat daya beli mahasiswa sebab maahasiwa juga tentunya tidak melakukan konsumsi atau pembelian pada produk mereka secara terus menerus.

Dalam melakukan penjualan terhadap produknya sebagian UMKM melakukan penjualan atau promosi secara langsung dan melalui media sosial dan sebagian lagi hanya melakukan penjualan secara langsung di lingkungan sekitar kampus. Selain itu beberapa UMKM ada yang memiliki kerjasama dengan mahasiswa Universitas Islam Negeri maulana Malik Ibrahim Malang. Seperti yang dikatakan harits selaku pemilik usaha Bafarez Chip, dia mengatakan telah melakukan kerjasama dengan beberapa mahasiswa di kampus dengan cara menjadikan mahasiswa tersebut reseller terhadap produknya. Disisi lain banyak juga UMKM yang tidak melakukan kolaborasi dengan mahasiswa dan hanya meminta untuk merekomendassikan produknya kepada teman konsumen.

Dalam keberlangsungan usaha mereka pendapatan mahasiswa juga berpengaruh terhadap perkembangan usaha mereka. Seperti yang di jelaskan diatas semakin tinggi pendapatan mahasiswa semakin tinggi pula tingkat daya beli mereka begitu pula sebaliknya semakin rendah pendapatan mahasiswa semakin rendah pula daya beli mereka. Hal tersebut tentunya memiliki pengaruh besar terhadap pertumbuhan dan perkembangan UMKM disekitar kampus karena konsumen utama mereka adalah mahasiswa yang berkuliah di kampus tersebut, jika daya beli mahasiswa di kampus tersebut tinggi maka pertumbuhan UMKM di sekitar kampus tersebut akan ikut tinggi begitu juga sebaliknya.

Kemudian seperti halnya mahasiswa, pandemi Covid-19 tentunya juga mempengaruhi pertumbuhan beberapa UMKM yang ada disekitar kampus. Seperti yang kita ketahui saat pandemic masyarakat diimbau untuk mengurangi mobilitas mereka di luar rumah, hal tersebut juga berlaku bagi mahasiswa yang akhirnya melakukan perkuliahannya secara daring dirumah, sehingga penjualan UMKM disekitar kampus menjadi terganggu karena konsumen utama mereka yaitu mahasiswa tidak dapat melakukan pembelian terhadap produk mereka. Dengan demikian pendapatan dari UMKM tersebut menurun. Disisi lain terdapat pula UMKM yang tidak terlalu terkena dampak dari pandemic salah satunya usaha yang dijalankan oleh Fahmi yaitu jasa cuci sepatu, menurut Fahmi usaha yang dijalankannya tidak terlalu terkena dampak dari adanya pandemic karena konsumennya tidak hanya dari mahasiswa saja dan juga usahanya tetap dapat diakses walaupun mahasiswa sedang tidak berada dilingkungan kampus.

Kesimpulan dan Saran

Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki pengaruh yang signifikan pada perkembangan dan pertumbuhan UMKM di sekitar kampus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dalam beberapa hal. Peran mahasiswa dalam perkembangan dan pertumbuhan UMKM disekitar kampus yaitu sebagai konsumen utama UMKM tersebut. Sebagai konsumen utama, segala sesuatu yang berpengaruh terhadap mahasiswa akan berpengaruh terhadap UMKM juga misalnya saja pendapatan dari mahasiswa yang berpengaruh terhadap daya beli mereka dan nantinya akan berpengaruh juga terhadap keputusan pembelian mereka. Disisi lain ada beberapa faktor juga yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM, misalnya kualitas produk mereka dan keterjangkauan harga yang juga akan mempengaruhi keputusan pembelian dari mahasiswa. Selain itu adanya pandemic covid 19 juga berpengaruh terhadap kebanyakan mahasiswa dan UMKM di sekitar kampus, dimana adanya pandemic tersebut berpengaruh terhadap pendapat mereka yang menurun.

Dalam hal ini peran mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang terhadap perkembangan dan pertumbuhan UMKM di sekitar kampus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang hanya sebagai konsumen utama saja dan belum ada kontribusi lain yang dapat diberikan oleh mahasiswa. Beberapa UMKM memang ada yang melakukan kolaborasi dengan mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tetapi jumlahnya yang sedikit tentunya sedikit

pula kontribusi yang diberikan terhadap pertumbuhan UMKM yang ada di sekitar kampus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Daftar Pustaka

- Abdi, F., Habibah, G. A., & Fitri, M. (2016). Analisis pengaruh inflasi dan pendapatan terhadap konsumsi masyarakat di kecamatan telanaipura kota jambi. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 83-100.
- Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Arfi, Sofyan. (2019). Analisis pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Starbucks (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, (2000). *Manajemen pemasaran (analisa perilaku konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Ghozali. Imam. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Hamid, M., Harahap, M. S., & Amalia, F. (2018). The influence of consumer behavior on MSME income through marketing mix and product perception. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 7(6), 331-336.
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. (2019). The development of small and medium businesses (MSMEs) based on technology to deal with the industrial revolution 4.0. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series* (Vol. 2, No. 1, pp. 345-349).
- Hasan, M. K., Mahyuni, N., & Abdullah, W. N. W. (2019). The effect of consumer behavior on the income of small and medium-sized enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(5), 730-741.
- Jannah, S. K., Faozi, M. M., & Aziz, A. (2022). Pengaruh modal dan daya beli masyarakat terhadap pendapatan umkm pada masa pandemi di Desa Munjul Blok Pesantren. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 13(3), 110-120.
- Kartikasari, D. (2013). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian (Penelitian pada mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang mengkonsumsi produk mie instan merek Indomie) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen pemasaran*, Edisi 13. Jakarta.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73-82.
- Malhotra, Naresh K. (2006). *Marketing research an applied orientation*. Prestice Hall, United State Of America
- Mankiw, (2014). *Pengantar ekonomi mikro. Principle of Economics*, Salemba Empat, Jakarta.

- Mowen, John, C. dan Minor, Michael. (2012). Perilaku konsumen Jilid 2 Edisi ke-5. Alih bahasa oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Riantama, R., Mulyati, A., & Pratiwi, N. M. I. (2022). Analisis pola perilaku konsumen umkm kedai makan salesa trenggalek sebelum dan selama pandemi Covid-19. In Seminar Nasional Hasil Skripsi (Vol. 1, No. 01, pp. 250-254).
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). Perilaku konsumen. Jakarta: PT Indeks
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D (Cetakan Kedelapan). Bandung: CV. Alfabeta.