

Sustainabilitas UMKM Produk Makanan di Kabupaten Bireuen Pada masa Pandemi covid-19.

¹ Devi Andriyani, Universitas Malikussaleh, deviandriyani@unimal.ac.id

² Fanny Nailufar, Universitas Malikussaleh, fannynailufar@unimal.ac.id

³ Yurina, Universitas Malikussaleh, yurina@unimal.ac.id

Presenting Author: deviandriyani@unimal.ac.id

Corresponding author : deviandriyani@unimal.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh inovasi produk, metode penjualan, penguasaan teknologi, pangsa pasar, terhadap keberlangsungan UMKM produk makanan pada masa pandemi di Kabupaten Bireuen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Responden dalam penelitian ini sebanyak 87 UMKM produk makanan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan variable Inovasi Produk paling dominan (signifikan) mempengaruhi keberlangsungan UMKM, Sedangkan variable metode penjualan, penguasaan teknologi dan pangsa pasar berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Koefisien determinasi R² menunjukkan kemampuan mempengaruhi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 21.89%, sedangkan 78.11% lainnya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini. Adapun implikasi dari adanya penelitian ini adalah ditemukannya solusi mengatasi permasalahan keberlangsungan UMKM di Kabupaten Bireuen. sedangkan Keterbatasan penelitian ini pada pengambilan data yang didasarkan pada data dari dinas perindustrian, padahal kondisi sebenarnya sangat banyak ditemukan UMKM yang belum terdata dan belum memiliki ijin usaha.

Kata Kunci : keberlangsungan, inovasi, metode penjualan, teknologi, pangsa pasar

Abstrack

This study aims to analyze the effect of product innovation, sales methods, technological mastery, market share, on the sustainability of MSMEs in food products during the pandemic in Bireuen Regency. The research method used is multiple linear regression analysis method. Respondents in this study were 87 SMEs of food products. The results of the study partially show that the Product Innovation variable is the most dominant (significantly) influencing the sustainability of MSMEs, while the sales method, technology mastery and market share variables have a positive but not significant effect. The coefficient of determination R² shows the ability to influence the independent variable on the dependent variable by 21.89%, while the other 78.11% is influenced by variables outside this study. The implication of this research is finding a solution to overcome the problem of the sustainability of MSMEs in Bireuen Regency. While the limitations of this research are data collection which is based on data on MSMEs that have been registered with the industry office, even though the actual conditions are very many MSMEs that have not been registered and do not have a business license.

Keyword : sustainability, innovation, sales methods, technology, market share

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kondisi pandemi yang diakibatkan oleh virus Covid-19 selain berdampak terhadap aspek kesehatan, tentunya juga berdampak pada berbagai aspek lainnya, terutama kondisi ekonomi masyarakat. Pandemi yang berkelanjutan dapat menyebabkan perusahaan-perusahaan berhenti berproduksi, bahkan gulung tikar. Hal ini dikarenakan rendahnya permintaan konsumen membuat perusahaan tidak mampu meraih keuntungan bahkan tidak mampu mencapai titik *break event point* (BEP).

Kebijakan yang biasa dilakukan perusahaan pada kondisi seperti ini adalah memilih mengurangi atau menghentikan produksi dan mengistirahatkan sebagian tenaga kerjanya, bahkan dalam kondisi yang lebih parah perusahaan akan mem-PHK sebagian tenaga kerjanya. Kebijakan pengurangan tenaga kerja oleh beberapa perusahaan besar dapat mendorong para tenaga kerja yang di PHK tetapi memiliki sedikit tabungan untuk membuka usaha mikro kecil atau menengah (UMKM).

Salah satu kegiatan UMKM yang biasanya dipilih oleh ex-pekerja perusahaan adalah UMKM di bidang makanan. Hal ini dikarenakan, dalam kondisi normal (bukan di masa pandemi) usaha di bidang makanan biasanya lebih menjanjikan dalam perolehan laba dan cepat dalam proses pengembalian modal. Namun, kondisi pandemic membuat masyarakat kesulitan melakukan berbagai aktifitas dan terpaksa berada dirumah, sehingga sangat sulit untuk mempertahankan existensi atau keberlangsungan (sustanabilitas) usaha yang sudah berjalan apalagi membuka usaha baru.

Kabupaten Bireuen merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Aceh yang cukup berkembang. Sebelum masa pandemi banyak UMKM yang tumbuh dan berkembang disana. UMKM yang dominan tumbuh adalah UMKM di bidang makanan ringan, yang terdiri atas makanan ringan seperti keripik, roti, kue-kue basah ataupun produksi makanan dari kedelai, bahkan oleh-oleh khas khas Kabupaten Bireuen yang sangat terkenal yaitu keripik pisang dan nagasari. Namun sejak masa pandemi banyak UMKM yang tidak dapat berproduksi lagi.

Kebijakan-kebijakan untuk menanggulangi penyebaran virus covid-19 seperti *lockdown*, *social distancing* dan *work from home* menyebabkan ditutup atau dibatasinya jam operasional tempat-tempat keramaian seperti *café-café*, tempat wisata, tempat hiburan, sekolah-sekolah dan perkantoran. Bagi pelaku UMKM, kebijakan ini berarti mengurangi tempat pemasaran produk mereka, yang tentunya akan berimbas terhadap pendapatan mereka. Hal ini memberi imbas besar terhadap perekonomian Kabupaten Bireuen yang didominasi oleh pelaku UMKM, terutama pada UMKM bidang makanan.

Rumusan Masalah

Tuntutan untuk dapat terus mempertahankan sustanabilitas usaha adalah suatu keharusan bagi pelaku usaha mikro, meskipun banyak permasalahan yang dihadapi khususnya di masa pandemi. Beberapa literature terdahulu seperti penelitian (Verdú et al, 2015) menjelaskan bahwa salah satu indikator tingkat keberlangsungan usaha sebuah perusahaan adalah banyaknya penjualan yang mampu dilakukan. Semakin banyak tingkat penjualan yang mampu diperoleh, maka akan semakin berdampak baik terhadap sustanabilitas usaha dalam jangka panjang.

Agar Peningkatan penjualan tetap terjadi di masa pandemi, maka usaha mikro perlu perubahan dalam strategi penjualan dan harus memperhatikan serta menyesuaikan dengan tuntutan kemajuan dan perkembangan zaman.

Sehingga dalam penelitian ini akan diteliti faktor-faktor yang diprediksikan dapat mempengaruhi peningkatan penjualan diantaranya inovasi produk, metode/strategi penjualan dan penguasaan teknologi (penggunaan media social, website) serta pangsa pasar.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini agar para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Bireun mengetahui bagaimana pengaruh variabel inovasi produk, metode penjualan, penguasaan teknologi, perluasan pangsa pasar, terhadap keberlangsungan UMKM produk makanan pada masa pandemi ini.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

UMKM merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Pemberdayaan UMKM sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional.

Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Keberlangsungan usaha merupakan suatu bentuk konsistensi dari kondisi suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi usaha (Verdú et.al.,2015).

Longerneckerk (2011) mengatakan bahwa pengusaha muda dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan terkemuka dalam segala skala dengan menggunakan metode inovasi dan penguasaan akan teknologi. Pangsa pasar digunakan untuk mengukur daya saing pasar yang bertujuan dalam mencatat seberapa baik dan berkembangnya performa perusahaan atas kompetitorinya. Perusahaan yang memiliki pangsa pasar tinggi menunjukkan kemungkinan keberlanjutan usaha.

2.2 Penelitian Terdahulu

Yanti et al., (2018) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa tingkat keberlanjutan UMKM pada wilayah perkotaan lebih tinggi dibandingkan pada wilayah kabupaten. Kota Bandung dan Kota Bogor dengan sub peubah pendapatan dan pertumbuhan usaha memiliki skor persentase lebih tinggi dibandingkan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bogor. Hal ini ditunjukkan pada kualitas produk, serta inovasi yang lebih baik. Faktor – faktor yang berpengaruh pada keberlanjutan usaha adalah faktor persepsi pelaku UMKM dan pemanfaatan sarana TIK di kalangan pelaku usaha UMKM.

Tiawon & Kristinae, (2021) dalam penelitiannya Penelitian terkait usaha kecil menengah dalam menjaga stabilitas ekonomi dengan berbagai strategi sangat mendukung usaha berkelanjutan di provinsi Kalimantan Tengah, merupakan salah satu cara untuk melestarikan budaya lokal dan mempertahankan ketahanan pangan di bidang usaha makanan. Hasil penelitian dilakukan secara kuantitatif dan di analisis dengan program SPSS 24.0 menunjukkan bahwa 70,8%, artinya kegiatan inovasi dan knowledge sharing berpengaruh positif dan signifikan mendukung usaha meningkatkan profitabilitas yang berdampak pada keberlanjutan usaha.

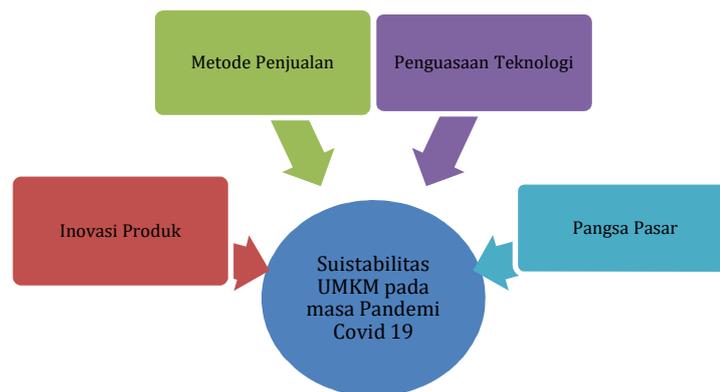
Penelitian Miradji et al., (2020) tentang Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro kecil Dan Menengah Menjalani NewNormal Saat Pandemi Corona Desa Banjarsari Kec. Cerme Kabupaten Gresik menggambarkan kondisi pandemi Covid 19 yang telah melanda berbagai negara mengakibatkan beberapa dampak permasalahan keuangan khususnya bagi pelaku usaha. Pemerintah telah melakukan berbagai upaya agar pelaku usaha kecil menengah tetap bertahan menghadapi tatanan kehidupan baru covid 19, salah satunya dengan memberikan relaksasi pajak dan kredit.

Mariyudi et al., (2014) dalam penelitian yang bertujuan mengidentifikasi keterampilan strategis kondusif bagi pertumbuhan berkelanjutan dan pengurangan kemiskinan, menggali pilihan kebijakan dan kerangka kelembagaan, menggambarkan karakteristik pasar kerja, mengidentifikasi klaster ekonomi UKM unggulan di Provinsi Aceh.

2.3 Model Konseptual

Secara umum penelitian ini memberi kontribusi terhadap teori dan kebijakan pembangunan daerah, mempertahankan atau mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah di masa pandemi, pengurangan jumlah pengangguran dan pengurangan tingkat kemiskinan dengan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM. Penelitian ini juga akan menghasilkan rekomendasi bagi pemerintah dalam menyusun program pemberdayaan UMKM dimasa pandemi sekarang ini agar dapat menghasilkan kebijakan yang tepat sasaran sesuai dengan permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM.

Sedangkan secara khusus penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap strategi UMKM dalam mempertahankan suistanabilitasnya pada masa pandemi covid 19 Melalui analisis determinasi variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keberlanjutan UMKM produk makanan di Kabupaten Bireun, serta penerapan strategi agar UMKM dapat bertahan dan semakin mampu bersaing di masa pandemi covid-19 maka model konseptual yang dipakai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :



2.4 Hipotesis

Kajian mengenai keberlanjutan (Suistanabilitas) UMKM pada masa pandemi di Kabupaten Bireun masih sangat terbatas bahkan tidak ditemukan referensinya oleh tim peneliti. Mengingat banyaknya UMKM produk makanan di kabupaten Bireun yang harus dipertahankan keberlanjutannya, mendorong tim peneliti mencoba melakukan analisis secara sistematis, strategis, teoritis dan empiris dengan hipotesis bahwa inovasi produk, metode penjualan, penguasaan teknologi, perluasan pangsa pasar, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap suistanabilitas UMKM produk makanan pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Bireun.

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara riset deskriptif dari data kuantitatif. Desain deskriptif bertujuan untuk menjelaskan sesuatu, seperti menjelaskan karakteristik suatu kelompok yang relevan, mengestimasi persentase inti dalam populasi tertentu yang menunjukkan perilaku tertentu, mengetahui persepsi atas karakteristik produk, mengetahui berapa besar hubungan suatu variabel dan untuk mengetahui prediksi spesifik (Gujarati, 2013). Dalam penelitian ini akan dianalisis karakteristik dari UMKM produk makanan dalam mempertahankan

suistabilitas nya dengan melihat besarnya pengaruh dari variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya.

3.2 Lokasi dan waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bireun Provinsi Aceh. Penelitian dilakukan dari bulan Juni sampai dengan september 2021.

3.3 Populasi dan Sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari UMKM produk makanan di Kabupaten Bireuen yang sudah terdaftar di dinas Perindustrian Kabupaten Bireuen yaitu sejumlah 87 UMKM. Sampel dipilih dengan cara sensus yaitu menggunakan keseluruhan populasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara (interview), Studi kepustakaan, Analisis isi media massa dan Kuesioner (angket). Teknik observasi awal dengan memperhatikan kondisi di masyarakat, dilanjutkan teknik wawancara dilakukan terhadap responden yaitu pemilik usaha UMKM produk makanan Kabupaten Bireun yang terdampak secara ekonomi pada masa pandemi covid 19. Wawancara menggunakan daftar pertanyaan berupa kuisisioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Studi kepustakaan dikumpulkan dari Badan Pusat Statistik (BPS) Aceh, Dinas Perindustrian Bireuen, dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kabupaten Bireun dan berbagai pustaka yang dapat membantu dalam pembahasan permasalahan yang ada.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan skala pengukuran

- Keberlangsungan /Suistability dicerminkan dari banyaknya penjualan yang mampu dilakukan dengan skala pengukuran ribu rupiah (Rp/000)
- Inovasi Produk adalah ada tidaknya perubahan bentuk kemasan atau bentuk produk selama usaha dijalankan dengan skala pengukuran dummy (1 untuk ada 0 untuk tidak ada)
- Metode penjualan adalah bagaimana system penjualan yang telah dijalankan pelaku UMKM selama menjalankan usaha dengan skala pengukuran dummy (0 untuk metode offline, 1 untuk metode online, 2 untuk metode offline online)
- Penguasaan teknologi adalah kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan kemajuan teknologi pemasaran melalui media social dan e-commerce dengan skala pengukuran dummy (0 untuk tidak tau medsos dan ecommerce, 1 untuk tau salah satu, 2 untuk tau keduanya tapi tidak dimanfaatkan, 3 untuk sudah memanfaatkan salah satu, 4 untuk sudah memanfaatkan keduanya)
- Perluasan Pangsa pasar adalah kemampuan pelaku UMKM untuk membuka cabang usaha di beberapa tempat dengan skala pengukuran 0 untuk UMKM yang belum ada cabang dan 1 untuk UMKM yang sudah ada cabang

3.6 Metode Analisis Data

Untuk melakukan pengujian dalam penelitian ini digunakan jenis pengujian regresi linear berganda (Gujarati, 2013) seperti di bawah ini :

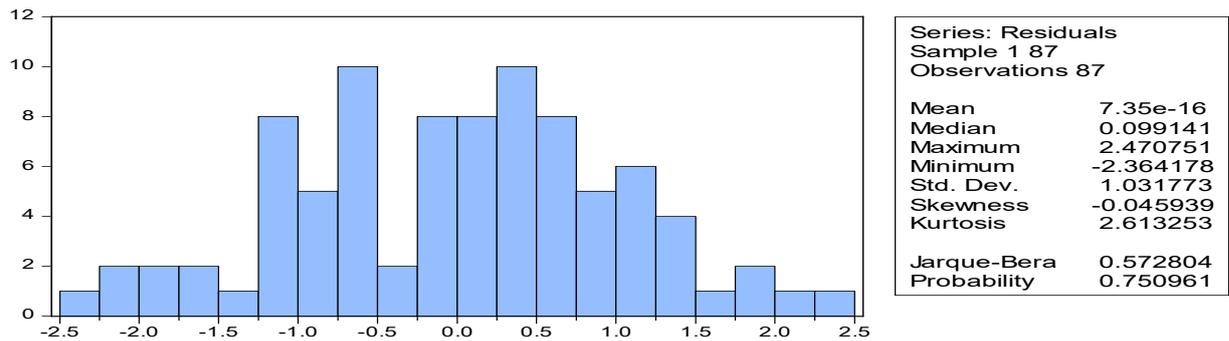
$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu_i$$

Dimana :

Y = Suistabilitas Usaha, X_1 = Inovasi Produk, X_2 = Metode Penjualan, X_3 = Penguasaan Tekonologi, X_4 = Perluasan Pangsa Pasar, β_0 = Konstanta, $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien setiap variabel, μ_i = Error term

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Perkembangan Data Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan hasil output grafik normalitas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini data telah terdistribusi dengan normal. Hal ini dibuktikan dari perbandingan nilai *Jarque-Berra* < *chi-square* tabel yaitu ($0.57 < 14.06$) dan *probabilitas Jarque-Berra* > taraf signifikansi 5% yaitu ($0.360 > 0.05$).

Hasil Uji Autokolerasi

Hasil Uji Autokolerasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1 Hasil Uji Autokolerasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	2.025321	Prob. F(2,77)	0.1389
Obs*R-squared	4.347971	Prob. Chi-Square(2)	0.1137

Sumber : Data di olah, (2021)

Berdasarkan hasil pada tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa nilai Obs*R-squared sebesar 4.34 dan nilai Chi- Square tabel sebesar 14.06 maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian telah terbebas dari indikasi autokolerasi. Hal ini juga dapat dilihat dari tingkat probabilitas Chi. Square > taraf signifikansi 5% yaitu ($0.113 > 0.05$).

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.383685	Prob. F(7,79)	0.2239
Obs*R-squared	9.501679	Prob. Chi-Square(7)	0.2186
Scaled explained SS	6.319584	Prob. Chi-Square(7)	0.5030

Sumber : Data di olah, (2021)

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sudah terbebas gejala heteroskedastisitas, hal ini dilihat dari perbandingan nilai *Obs*R-squared* < *chi-square* tabel yaitu ($9.50 < 14.06$) dan probabilitas Chi-Square > taraf signifikansi 5% yaitu ($0.21 > 0.05$).

Hasil Uji Multikoleneritas

Hasil uji Multikoleneritas dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikoleneritas

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
X ₁	1.000000	0.004055	-0.038278	0.124138
X ₂	0.004055	1.000000	0.159915	0.176515
X ₃	-0.038278	0.159915	1.000000	-0.135928
X ₄	0.124138	0.176515	-0.135928	1.000000

Sumber : Data di olah, (2021)

Berdasarkan hasil Tabel 4.3 disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas gejala

multikoleneritas, hal ini dibuktikan dari nilai masing-masing variabel yang berada dibawah 0.80 yang artinya dalam penelitian ini setiap variabel independen tidak memiliki hubungan dengan variabel independen lainnya.

Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda

Adapun hasil estimasi yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 4.4 Hasil Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.927065	0.379263	10.35447	0.0000
X1	1.188640	0.234321	5.072703	0.0000
X2	0.090628	0.159248	-0.569102	0.5709
X3	0.220358	0.243338	0.905565	0.3679
X4	0.257678	0.242687	-1.061770	0.2916
R-squared	0.227858	Mean dependent var		3.547126
Adjusted R-squared	0.218907	S.D. dependent var		1.290379
S.E. of regression	1.076514	Akaike info criterion		3.072782
Sum squared resid	91.55178	Schwarz criterion		3.299532
Log likelihood	-125.6660	Hannan-Quinn criter.		3.164087
F-statistic	6.366350	Durbin-Watson stat		1.555660
Prob(F-statistic)	0.000006			

Sumber : Data di olah, (2021)

Berdasarkan Tabel estimasi 4.4 di atas maka penjelasan interpretasi hasil adalah sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 3.93 mengartikan bahwa apabila Inovasi Produk, Metode Penjualan, Penguasaan Tekonologi, Perluasan Pangsa Pasar, bernilai konstan (tetap) maka Suistanabilitas akan konstan sebesar 3.93.
- Nilai Koefisien X1 sebesar 1.19 artinya pelaku UMKM yang ada melakukan inovasi baru terhadap Produknya, usahanya akan berpotensi lebih suistanable sebesar 1.19% dibandingkan UMKM yang tidak melakukan inovasi baru terhadap produknya.
- Nilai Koefisien X2 sebesar 0.09 artinya pelaku UMKM yang menjalankan metode pemasaran secara online dan offline, usahanya akan berpotensi lebih suistanable sebesar 0.09 % dibandingkan pelaku UMKM yang hanya menjalan kan usahanya sevara offline saja atau online saja.
- Nilai koefisien X3 sebesar 0.22 artinya pelaku UMKM yang menguasai dan mampu memanfaatkan Tekonologi, usahanya akan berpotensi lebih suistanable sebesar 0.22%, dibandingkan pelaku UMKM yang tidak tau kemajuan teknologi pemasaran atau sudah tau tetapi tidak memanfaatkannya.
- Nilai Koefisien X4 sebesar 0.26 artinya pelaku UMKM yang telah melakukan Perluasan Pangsa Pasar, usahanya akan berpotensi lebih suistanable sebesar 0.26% dibandingkan dengan pelaku UMKM yang tidak melakukan perluasan pangsa pasar

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui hasil uji parsial dan simultan yaitu sebagai Berikut :

- Inovasi Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap suistanabilitas usaha.
- Metode Penjualan tidak signifikan mempengaruhi suistanabilitas usaha.
- Penguasaan Tekonologi tidak signifikan mempengaruhi suistanabilitas usaha.
- Perluasan Pangsa Pasar tidak signifikan mempengaruhi suistanabilitas usaha.

5. Secara simultan variabel Inovasi Produk, Metode Penjualan, Penguasaan Teknologi, Perluasan Pangsa Pasar, memiliki pengaruh signifikan terhadap suistanabilitas usaha.

4.2 Hasil Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat dilihat hasil nilai *Adjusted R-Square* dalam penelitian ini adalah sebesar 0.218907, hal ini menunjukkan besarnya variabel bebas mampu menjelaskan variable terikat sebesar 21.89% sedangkan sisanya sebesar 47.54% dipengaruhi variabel lain diluar model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Jumlah Penjualan

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap suistanabilitas usaha. Artinya semakin banyak dilakukan inovasi produk maka akan semakin tinggi kemungkinan usaha tersebut untuk suistanable. Karenanya agar tetap suistanable, perusahaan harus mampu mengadakan inovasi tampilan produk, baik dari ragam rasanya ataupun kemasannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (mandey & salindeho 2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap jumlah penjualan.

Pengaruh Metode Penjualan terhadap Jumlah Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh Metode Penjualan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap suistanabilitas usaha. Artinya apabila metode penjualan mengikuti perkembangan zaman dan keinginan konsumen (online dan offline) maka akan semakin tinggi kemungkinan usaha tersebut untuk suistanable Hal ini sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Swastha (2007), salah satu faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha yaitu metode penjualan yang biasa di pakai salah satunya promosi yang terdiri dari periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh satriawan (2018) menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara Metode Penjualan Promosi terhadap Jumlah Penjualan.

Pengaruh Penguasaan Teknologi terhadap Jumlah Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh Penguasaan Teknologi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan mempengaruhi suistanabilitas usaha. Ini menunjukkan penguasaan teknologi para pelaku UMKM di Kabupaten Bireuen masih rendah, hanya sedikit Pelaku UMKM yang menguasai dan melakukan pemasaran dengan menggunakan social media dan e-commerce. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Syarif, 2012) yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi tidak signifikan terhadap hasil penjualan yang merupakan indikator utama keberlangsungan usaha.

Pengaruh Perluasan Pangsa Pasar terhadap Jumlah Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh Perluasan Pangsa Pasar tidak signifikan mempengaruhi suistanabilitas usaha. Artinya perluasan pangsa pasar tidak mempengaruhi keberlangsungan usaha pada pelaku UMKM usaha makanan di Kabupaten Bireuen, Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian (mandey & salihendo 2018) yang menyatakan bahwa pangsa pasar tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap jumlah penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian parsial di peroleh variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap suistanabilitas usaha hanya variabel Inovasi Produk Sedangkan untuk variabel metode penjualan, Penguasaan Teknologi dan Perluasan Pangsa Pasar, berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.
2. Hasil pengujian simultan diperoleh variabel Inovasi Produk, Metode Penjualan, Penguasaan Teknologi, Perluasan Pangsa Pasar, memiliki pengaruh signifikan terhadap Jumlah Penjualan.

REFERENSI

- Andani. Yusika. M. 2019. Pengaruh Dana Zakat dan Islamic Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah (studi pada Bank Devisa Syaria'ah berdasarkan ISR Index). *Skripsi Publikasi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Gujarati. D. 2013. *Dasar-dasar Ekonometrika*. buku 2. Edisi 5. Terjemahan Mangunsong, R.C. Jakarta ; Salemba Empat.
- Mandey L. Silvy & Salindeho. A.E. 2018. Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Pasar, dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Malalayang. *Jurnal EMBA*. 6(4) Hal. 3348 – 3357. ISSN 2303-1174
- Mariyudi, Rasyidin, & Ikramuddin. (2014). Model Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Berbasis Keterampilan dan Klaster Ekonomi di Provinsi Aceh. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi*, 453–466.
- Miradji, M. A., Suhardiyah, M., Laksono, B. R., Utomo, S. P., & Dyatmika, S. W. 2020. Analisis Keberlanjutan Usaha Mikrokecil Dan Menengah Menjalani New Normal Saat Pandemi Corona Desa Banjarsari Kec. Cerme Kabupaten Gresik. *EKOBIS ABDIMAS*, 1(2), 155–161.
- Rizki. Fatma. T. Y. 2018. Pengaruh Kejujuran dan Keadilan Pedagang Muslim Terhadap Tingkat Volume Penjualan Produk Kuliner di Pasar Minggu (Tugu) Simpang Lima Gumul Kediri. *Skripsi Publikasi*. IAIN Tulungagung. 11(05). <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/7908>
- Sageti. Ahda. 2018. Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*. 3(2). 160-169.
- Satriawan. Heri. 2012. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*. 8(11) ISSN: 2085-1375 12-19.
- Syarif. 2012. Pengaruh Gaya Hidup Konsumen dan Kemajuan Teknologi Terhadap Hasil Penjualan Blackberry di Matahari Singosaren Surakarta. *Skripsi Pubilikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tiawon, H., & Kristinae, V. 2021. Aktivitas Ekonomi UKM dalam Rangka Menjaga Ketahanan Pangan Masa Pandemi Covid-19 di Kalimantan Tengah. *Media Bina Ilmiah*, 15(9), 5129–5138.
- Yanti, V. A., Amanah, S., & Muldjono, P. 2018. Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Bandung Dan Bogor. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 20(2), 137–148.