

Strategi Pemasaran UMKM Kelurahan Anggut Atas dalam Menghadapi Pasar di Era Pandemi Covid-19

Rossa Ayuni¹⁾; Asmaul Husna²⁾

^{1,2)} Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ rossaayuni@umb.ac.id; ²⁾ ahusna81212@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [24 Juni 2022]

Revised [20 Juli 2022]

Accepted [23 Agustus 2022]

KEYWORDS

Marketing Strategy, MSMEs,
Covid-19.

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



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran UMKM Kelurahan Anggut Atas dalam menghadapi pasar di Era Pandemi Covid-19. Penelitian ini berorientasi pada toko oleh-oleh khas Bengkulu yang berada di Kelurahan Anggut Atas Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu, yaitu Toko Ratu Samban dan Akilah 2R. Penelitian ini menggunakan Deskriptif. Sumber data penelitian ini penulis menggunakan 2 sumber yaitu Data Primer dan Data Sekunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Teknik analisis data ada 3 yaitu Data Reduction (Reduksi Data), Data Display, dan Conclusion Drawing/Verification. Hasil dari penelitian ini Strategi UMKM Toko Ratu Samban dan Akilah 2R menggunakan 5 indikator yaitu Produk (Product), Harga (Price), Pengemasan (Packaging), Promosi (Promotions), Orang (People). Strategi Produk (Product) Toko Ratu Samban menjaga Kualitas Produk dan Toko Akilah 2R melakukan inovasi produk. Strategi Harga (Price) Toko Ratu Samban melakukan penurunan harga sedangkan Toko Akilah 2R tetap stabil. Strategi Pengemasan (Packaging) Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R sama-sama memiliki 2 variasi kemasan. Strategi Promosi (Promotions) Toko Ratu Samban memasarkan Produk secara langsung sedangkan Toko Akilah 2R menggunakan media sosial & E-Commerce. Strategi Orang (People), untuk jumlah karyawan Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R sama-sama ada pengurangan karyawan dan untuk perbedaan pengunjung sebelum dan sesudah pandemi membuat Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R sepi pengunjung.

ABSTRACT

This study aims to determine the Marketing Strategy of MSMEs in Anggut Atas Village in facing the market in the Covid-19 Pandemic Era. This research is oriented towards souvenir shops typical of Bengkulu located in Anggut Atas Village, Ratu Samban District, Bengkulu City, namely Ratu Samban and Akilah 2R Shops. This research uses descriptive. Sources of data in this study the author uses 2 sources, namely Primary Data and Secondary Data. The data collection technique of this research used observation, interviews, and documentation. There are 3 data analysis techniques, namely Data Reduction, Data Display, and Conclusion Drawing/Verification. The results of this study are the MSME Strategy of Ratu Samban and Akilah 2R Stores using 5 indicators, namely Product, Price, Packaging, Promotions, People. Product Strategy Ratu Samban Store maintains Product Quality and Akilah 2R Store makes product innovations. Price Strategy Ratu Samban Store has decreased its price while Akilah 2R Store has remained stable. Packaging Strategy Ratu Samban Store and Akilah 2R Store both have 2 variations of packaging. Promotion Strategy (Promotions) Ratu Samban Store markets products directly, while Akilah 2R Store uses social media & E-Commerce. The People Strategy, for the number of employees at the Ratu Samban Store and Akilah 2R Store, there was a reduction in employees and for the difference in visitors before and after the pandemic, the Ratu Samban Store and Akilah 2R Store were empty of visitors.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 menyerang Indonesia awal Bulan Maret 2020, yang mengakibatkan penurunan ekonomi di berbagai sektor. Banyak dari pelaku usaha yang mengalami angka penurunan tingkat penjualan yang mengakibatkan omset penjualan mengalami penurunan. Di Indonesia banyak sekali terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) massal kepada karyawan, akibatnya ada penutupan usaha karena Pandemi Covid-19.

Lebih dari 6,4 juta karyawan telah diberhentikan, menurut Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN). Pemberlakuan PHK massal ini tentunya disebabkan oleh menurunnya permintaan barang oleh konsumen (Masturi et al., 2021).

Pemerintah Indonesia telah menerapkan Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), kebijakan pemerintah Indonesia untuk mengatasi pandemi Covid-19, sejak awal tahun 2021. Dengan adanya PPKM menyulitkan wisatawan dari luar kota Bengkulu yang ingin masuk sehingga menyebabkan penurunan omset UMKM, diterapkannya PPKM memaksakan UMKM harus dapat bertahan dan mengikuti perkembangan zaman, misalnya dengan meningkatkan penggunaan teknologi dalam kegiatan promosi. Hal ini dimaksudkan untuk mendorong perkembangan UMKM, karena para pelaku usaha harus

beradaptasi dengan kondisi baru. Pelaku usaha harus mencari Strategi yang efektif dalam menghadapi Pandemi Covid-19.

Menurut data survei *United Nations Development Program (UNDP) dan Lembaga Penelitian Ekonomi dan Sosial (LPEM) Universitas Indonesia*, sembilan dari 10 UMKM mengalami penurunan permintaan produk selama pandemi Covid-19. Dan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap produksi dan pendapatan UMKM (Masturi et al., 2021).

Berdasarkan data survei *Dinas Koperasi Dan UKM Kota Bengkulu* Perkembangan Data UKM Kota Bengkulu Tahun 2019, ada 3.464 pelaku usaha UMKM dalam bidang Perdagangan, tenaga kerja 5.176, asset yang dihasilkan 28.579.070.000, omset 47.696.651.000. Pelaku usaha dalam bidang industri 252, tenaga kerja 505, asset yang dihasilkan 2.164.400.000, omsetnya 3.606.825.000. Pelaku usaha dalam bidang aneka jasa 606, tenaga kerja 991, asset yang dihasilkan 7.749.820.000, omsetnya 12.749. 600.000.

Provinsi Bengkulu termasuk Kota yang terkena dampak dari Pandemi Covid-19 khususnya Kelurahan yang berada di Anggut Atas Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu yang terdiri dari banyak UMKM Perdagangan. Usaha Mikro kecil dan menengah di sektor perdagangan memiliki potensi pengembangan yang kuat. UMKM di bidang perdagangan memiliki peranan penting di Provinsi Bengkulu khususnya di Desa Anggut Atas Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu.

Berdasarkan observasi awal peneliti UMKM yang ada di Kelurahan Anggut Atas terdiri dari berbagai jenis perdagangan contohnya toko oleh-oleh khas Bengkulu, pedagang bakso, rumah makan dan toko manisan. Peneliti membatasi hanya 2 UMKM yang berorientasi pada Toko Oleh-Oleh Khas Bengkulu yang akan diteliti, yaitu UMKM Toko Akilah 2R, dan Toko Ratu Samban. UMKM Toko oleh-oleh di Kelurahan Anggut Atas menyediakan berbagai jenis oleh-oleh Khas Bengkulu seperti makanan, minuman, kain batik, baju batik dan berbagai macam jenis souvenir lainnya.

Berdasarkan wawancara awal dengan salah satu pelaku usaha yaitu Toko Akilah 2R, Pandemi Covid-19 ini membuat UMKM Akilah 2R mengalami penurunan omset, karena rendahnya jumlah wisatawan yang berkunjung di toko oleh-oleh khas Bengkulu dikarenakan adanya PPKM. Hal ini akan segera diatasi dengan strategi yang dapat membantu keberlangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah agar tetap memproduksi.

LANDASAN TEORI

1. Ahmad Alfin (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Alfin (2020), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Strategi UMKM dalam menghadapi krisis di Era Pandemi Covid-19" Metode penelitian yang digunakan adalah dengan analisis kualitatif dengan langkah eksploratif dengan menggunakan teknik observasi partisipatif. Hasil penelitian ini memberikan berbagai macam strategi yang bisa dilakukan pelaku usaha diantaranya melakukan penjualan secara E-commerce, melakukan pemasaran secara digital, memperbaiki kualitas produk dan layanan, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen atau menjalin hubungan pemasaran pelanggan.

2. Andayani (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Andayani (2020) dalam penelitiannya yang berjudul " Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19" Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan observasi. 18 Sampel pelaku UMKM berasal dari kabupaten Kediri dengan stratified random sampling. Tahap analisis data dimulai dari koleksi, reduksi, display, verifikasi, dan simpulan. Keabsahan data menggunakan kredibilitas, member check, dependabilitas, konfirmabilitas, dan transferabilitas. Hasil penelitian menggambarkan bahwa beberapa kendala yang dialami pelaku UMKM kabupaten Kediri terletak pada proses pemasaran produk, sehingga strategi pemberdayaan yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM adalah pemberdayaan pemasaran produk secara online melalui platform market digital dan dapat melalui strategi pemberdayaan inovasi produk UMKM untuk beralih pada produk yang paling dibutuhkan (masker, hand sanitizer).

3. Herlina Muksin (2021).

Penelitian yang dilakukan Herlina Muksin (2021) dalam penelitiannya "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar Di Era Pandemi COVID-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner di Seputaran Gomong

Mataram) Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan dua metode pengumpulan data observasi, wawancara dokumentasi. Dari penelitian yang dilakukan ini di dapatkan beberapa strategi yang di lakukan oleh para Pelaku UMKM Bidang Kuliner di Gomong Mataram diantaranya adalah strategi E-Commers, Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing (CRM). Dimana ketiga strategi ini sangat berpengaruh bagi Pelaku UMKM dalam menghadapi Pasar di Era Pandemi Covid-19 ini.

4. Hardilawati (2020)

Penelitian yang dilakukan Hardilawati (2020) dalam penelitiannya “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19” Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan langkah eksploratif dengan teknik observasi partisipatif. Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UKMK berupa melakukan perdagangan secara e-commerce melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan.

5. Awali Dan Rohmah (2020)

Penelitian yang dilakukan Awali dan Rohmah (2020) dalam penelitiannya “Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak Covid-19” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini membuktikan bahwa implementasi e-marketing melalui marketplace yang dilakukan oleh para pengusaha UMKM sudah sesuai prosedur selain itu e-marketing memberikan dampak positif ditengah pandemi Covid19 pada ketahanan ekonomi UMKM di Kota Pekalongan dengan tetap melakukan proses produksi dan distribusi barang kepada konsumen namun tetap mematuhi aturan Social Distancing dimana Penggunaan e-marketing melalui marketplace dianggap perlu untuk diterapkan apalagi di tengah Pandemi Covid-19 sehingga kegiatan usaha tetap berjalan dan menghasilkan nilai ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Deskriptif. Sumber data penelitian ini penulis menggunakan 2 sumber yaitu Data Primer dan Data Sekunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Teknik analisis data ada 3 yaitu *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display*, dan *Conclusion Drawing/Verification*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini Strategi UMKM Toko Ratu Samban dan Akilah 2R menggunakan 5 indikator yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Pengemasan (*Packaging*), Promosi (*Promotions*), Orang (*People*). Strategi Produk (*Product*) Toko Ratu Samban menjaga Kualitas Produk dan Toko Akilah 2R melakukan inovasi produk. Strategi Harga (*Price*) Toko Ratu Samban melakukan penurunan harga sedangkan Toko Akilah 2R tetap stabil. Strategi Pengemasan (*Packaging*) Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R sama-sama memiliki 2 variasi kemasan. Strategi Promosi (*Promotions*) Toko Ratu Samban memasarkan Produk secara langsung sedangkan Toko Akilah 2R menggunakan *media sosial & E-Commerce*. Strategi Orang (*People*), untuk jumlah karyawan Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R sama-sama ada pengurangan karyawan dan untuk perbedaan pengunjung sebelum dan sesudah pandemi membuat Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R sepi pengunjung.

Pembahasan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 16-17 Desember 2021 di Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R, maka dapat disimpulkan mengenai Strategi UMKM Kota Bengkulu dalam menghadapi pasar di Era Pandemi Covid-19 adalah :

Pertama, ditinjau dari indikator Produk (*Product*),

Berdasarkan informasi hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko Ratu Samban Strategi Produk (*Product*) selama masa pandemi covid-19 yaitu dengan menjaga kualitas produk, karena kualitas

yang bagus akan menarik para pembeli, Toko Ratu Samban juga memproduksi kue-kuenya sendiri sehingga Toko Ratu Samban bisa menurunkan harga barang selama pandemi covid-19 ini dilakukan agar pembeli masih bisa membeli produk dengan harga yang terjangkau. Sedangkan Strategi produk Akilah 2R yaitu dengan melakukan inovasi produk baru atau menambahkan produk yang mengandung Vitamin C selama pandemi covid-19 contohnya yaitu antibodi yang terbuat dari rempah-rempah bubuk jahe dan juga makanan yang terbuat dari daun kelor yang mengandung Vitamin C yang bagus untuk menaikkan imun tubuh agar tetap kuat selama masa pandemi covid-19.

Kedua, ditinjau dari Harga (*Price*)

Berdasarkan informasi hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko Ratu Samban Strategi Harga (*Price*) mereka selama masa pandemi covid-19 yaitu menurunkan harga selama masa pandemi covid-19 ini dilakukan agar pembeli masih terjangkau untuk membeli produk Ratu Samban, walaupun adanya penurunan harga tidak mempengaruhi kualitas produk Ratu Samban, untuk pembayaran Ratu Samban dilakukan secara langsung bisa berupa cash ataupun debit. Sedangkan Akilah 2R harganya tetap stabil karena Akilah 2R melakukan inovasi dengan membuat 2 kemasan, sistem pembayaran Akilah 2R bisa secara langsung maupun transfer via bank.

Ketiga, ditinjau dari Pengemasan (*Packaging*)

Berdasarkan informasi hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko Ratu Samban Strategi Pengemasan (*Packaging*) selama masa pandemi covid-19 yaitu membuat 2 variasi kemasan ada yang ukuran besar dan ukuran kecil, tujuan Ratu Samban membuat 2 Variasi agar terjangkau oleh pembeli. Sama dengan Toko Ratu Samban, Toko Akilah 2R juga membuat kemasannya menjadi 2 variasi, dengan adanya 2 variasi membebaskan pembeli memilih yang mana yang sesuai dengan keuangan pembeli.

Keempat, ditinjau dari Promosi (*Promotios*)

Berdasarkan informasi hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko Ratu Samban Strategi Promosi (*Promotions*) selama masa pandemi covid-19 yaitu dengan memasarkan produk mereka secara langsung, Toko Ratu Samban tidak menggunakan media sosial dan *E-Commerce*, alasan mereka tidak menggunakan karena menurut Toko Ratu Samban jl. Anggut Atas memang sudah terkenal dengan toko oleh-oleh khas Bengkulu dan banyak wisatawan yang datang secara langsung, sehingga tidak perlu memasarkan menggunakan Media Sosial. Sedangkan Strategi promosi Akilah 2R yaitu memasarkan produk Akilah 2R menggunakan Medial Sosial berupa Facebook dan Instagram, pemilik Akilah 2R sering memposting produk agar bisa dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu Akilah 2R juga mencoba membuat *E-Commerce* yaitu Shoppe untuk menarik pembeli dari luar Bengkulu.

Kelima, ditinjau dari Orang (*People*)

Berdasarkan informasi hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko Ratu Samban Strategi Orang (*People*) selama masa pandemi covid-19 yaitu adanya pengurangan karyawan selama masa pandemi covid-19 yang awalnya 10 menjadi 3 orang, perbedaan pengunjung juga berpengaruh karena dengan adanya PPKM menyulitkan wisatawan yang ingin masuk ke kota Bengkulu untuk membeli oleh-oleh khas Bengkulu. Sedangkan toko Akilah 2R mengalami pengurangan karyawan juga selama masa Pandemi Covid-19, yang awalnya karyawannya 4 menjadi 2, perbedaan pengunjung juga dirasakan Akilah 2R karena selama masa pandemi membuat toko Akilah 2R menjadi sepi pengunjung..

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi Pemasaran Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R menerapkan Strategi 5P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Pengemasan (*Packaging*), Promosi (*Promotions*), dan Orang (*People*). Pertama, ditinjau dari segi produk (*Product*) Toko Ratu Samban menjaga kualitas produk dan juga Toko Ratu Samban memproduksi kuenya sendiri sehingga Toko Ratu Samban bisa menurunkan Harga, Toko Akilah 2R melakukan inovasi produk dengan menambahkan produk yang mengandung Vitamin C. Kedua, ditinjau dari Harga (*Price*) Toko Ratu Samban menurunkan harga selama pandemi Covid-19, sedangkan Toko Akilah 2R harganya tetap stabil. Ketiga, ditinjau dari Pengemasan (*Packaging*) Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R sama-sama memiliki 2 variasi kemasan yang besar & kecil. Keempat, ditinjau dari Promosi (*Promotions*) Toko Ratu Samban melakukan promosi secara langsung sedangkan Toko Akilah 2R mempromosikan produk secara langsung dan menggunakan *media sosial* seperti

facebook, whatsapp, instagram, untuk E-Commerce Toko Akilah 2R menggunakan Shoppe. Kelima, ditinjau dari Orang (People) Toko Ratu Samban dan Toko Akilah 2R ada pengurangan karyawan. Perbedaan pengunjung sebelum dan sesudah Pandemi membuat Toko Ratu Samban dan Akilah 2R sepi pengunjung dikarenakan adanya PPKM sehingga menyulitkan wisatawan yang ingin masuk ke kota Bengkulu.

Saran

Saran untuk Toko Ratu Samban untuk bisa lebih terbuka lagi dalam bidang promosi sebaiknya menggunakan *media sosial dan E-Commerce* untuk mempromosikan produk mereka agar produk mereka bisa lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Saran untuk Akilah 2R Untuk terus mengembangkan UMKM yang mereka miliki, mereka harus mampu menjaga hal-hal yang kecil maupun yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Anoraga. (2007). Variabel Determinant Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Pasar Srandol. ... *Education Analysis Journal*, 89. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/37245>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Hayani, N. (2014). Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi. *Suska Pers. Toward a Media History of Documents*.
- Kumalasari, N. R., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di*.
- Masrurroh, N. Iaili. (2012). "Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah (Tinjauan Strategi Marketing Syari'ah Melalui Marketing Mix Dan SWOT Analysis Pada LKS-Micro Finance Gerai Muamalah PP. Nurul Jadid Paiton Probolinggo). 13–45.
- Masturi, H., Hasanawi, A., & Hasanawi, A. (2021). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Pilar, E., Kebijakan, I., Dan, P., Umkm, P., Kerjasama, B., Dengan, K., Untuk, P., Eksistensi, M., & Dalam, U. (2013). "Enam Pilar Insektisida" Kebijakan Pengembangan Dan Penguatan Umkm Berbasis Kerjasama Kemitraan Dengan Pola Csr Sebagai Strategi Peningkatan Peran Pemerintah Dan Perusahaan Untuk Menjaga Eksistensi Umkm Dalam Mea 2015. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 97–109. <https://doi.org/10.15294/edaj.v2i2.1393>
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Sugiyono. (2012: 9). *Memahami Penelitian kualitatif*.
- Sugiyono. (2012: 73). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012: 82). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016: 9). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016: 137). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>
- Suharmi; Ayuni,Rossa; ocp, sucita; (2020). STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING USAHA KECIL BERBASIS IKAN DI DESA SUMBER JAYA KECAMATAN KAMPUNG MELAYU BENGKULU. *Economic Edu*, 1(11), 1.Arikunto, S. (2013). No Title. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta
- Ayuni, R., & Setiawan, A. B. (2019). Pengaruh Lingkungan Belajar dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Di SMA Negeri 32 Bengkulu Utara. *Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 53–56.
- Daryanti, D., & Taufina, T. (2020). Penggunaan Media Pembelajaran dalam Model Picture and Picture untuk meningkatkan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Basicedu*, 4(2), 484–490. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v4i2.368>
- Eva Oktaviana, M. P., Chrisnaji Banindra Y, M. P., & Maria Ulfa, M. P. (2019). *Pengajaran menulis puisi menggunakan metode picture and picture*.

- Fadjarajani, S., Rosali, E. S., & Noerdianasari, W. (2018). Pengaruh Model Pembelajaran Picture and Picture Terhadap Hasil Belajar Geografi. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 34(1), 19–28. <https://doi.org/10.21009/pip.341.3>
- Fitriani, D. (2015). Model Pembelajaran Picture to Picture. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ilham, M. S. (2017). uji t adalah salah satu rumus untuk pengendalian. *Uji T Adalah Salah Satu Rumus Untuk Pengendalian Mutu Laboratorium - LABMUTU.html*
- Lestari, A. F. (2017). Meningkatkan Kemampuan Pemahaman Matematis Siswa Melalui Model Problem Based Learning (Pbl). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 1–8.
- Novianti, E. (2020). Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Picture and Picture Terhadap Motivasi Dan Hasil Belajar Peserta Didik Mata Pelajaran Bahasan Indonesia Di SDI Miftahul Huda Kadungwaru Tulung AGUNG, 13(April), 15–38.
- Oktariani. (2018). PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN PICTURE AND PICTURE DANMOTIVASI TERHADAP HASIL BELAJAR SENI RUPA SISWA KELASVII SMP NEGERI 34 PADANG, 9(1), 1–11. <http://dx.doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2015.07.010>
- Retnoningsih, B. R. dan A. (2015). Efektivitas Model Pembelajaran Picture and Picture Dengan Strategi Inkuiri Terhadap Motivasi Dan Hasil Belajar Siswa. *Journal of Biology Education*, 4(2), 166–172. <https://doi.org/10.15294/jbe.v4i2.8907>
- Riduwan. (2015). *Dasar-dasar Statistika*. Alfabeta
- Septiana, M. W., Kurnia, D., & Irawati, R. (2017). Pengaruh Penggunaan Metode Picture and Picture Dalam. *Jurnal Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan*, 2(1), 2181–2190.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.
- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2016). *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, April, 5–24.