



Analisis Strategi Keberlangsungan UMKM Pada Masa Pandemi

Ricky Surya¹, Antonius Singgih Setiawan²
¹Universitas Katolik Muisi Charitas Palembang
²Universitas Katolik Muisi Charitas Palembang

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menggali informasi Pelaku UMKM terhadap dampak pandemi terhadap UMKM dan bagaimana cara mereka mengatasinya. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti. Analisis data dilakukan dengan harapan peneliti dapat mengetahui dampak secara pasti dan strategi yang dilakukan oleh UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM mengalami dampak yang hamper sama walaupun mereka bergerak di sektor yang berbeda, dan strategi yang di gunakan juga ada 3 yaitu meningkatkan kualitas produk, miningkatkan kualitas layanan yang sudah ada, dan melakukan *marketing* melalui produk digital. Strategi yang dilakukan oleh informan sebagai pelaku UMKM terbukti memperthankan keberlangsungan hidup UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Pandemi Covid-19, Dampak terhadap UMKM, Efektivitas strategi yang dilakukan UMKM.

Abstract

This research was conducted to dig up information on MSME actors regarding the impact of the pandemic on MSMEs and how they can overcome it. Interview is a data collection technique used by researchers. Data analysis was carried out with the hope that researchers could know the exact impact and strategies carried out by MSMEs. The results show that MSMEs experience almost the same impact even though they operate in different sectors, and there are 3 strategies used, namely improving product quality, increasing the quality of existing services, and doing marketing through digital products. The strategy carried out by informants as MSME actors is proven to maintain the survival of MSMEs.

Keyword: MSMEs, Covid-19 Pandemic, Impact on MSMEs, Effectiveness of strategies carried out by MSMEs.

PENDAHULUAN

UMKM atau yang biasa di sebut Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan usaha yang sangat berperan penting bagi perekonomian Indonesia. Semakin banyak jumlah UMKM yang beredar juga dapat mengurangi pengangguran karena UMKM sebagai lapangan pekerjaan yang baru tentu membutuhkan kawan dalam membantu bisnisnya. UMKM juga dapat menjadi opsi bagi masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan dan yang berpendapatan rendah. Peningkatan pendapatan masyarakat tentu menjadu alasan utama UMKM didirikan.

Penyebaran wabah virus Covid-19 bukan hanya berdampak pada kesehatan, virus Covid-Juga berdampak sangat besar pada perekonomian dunia. Bukan hanya industri besar yang terdampak, para pelaku UMKM juga mulai resah akibat virus Covid-19. Sebuah studi menyebutkan bahwa persentase perekonomian Indonesia



turun sebesar 0,1% di tahun 2020 akibat dari virus Covid-19. Menurut pandangan secara umum, dampak nyata yang diakibatkan Covid-19 terhadap sektor UMKM di Indonesia terjadi secara merata di semua sektor. Pada tataran ekonomi global, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan UMKM.

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, Dampak negatif yang diterima sebesar 82,9% lebih dominan dibandingkan pertumbuhan yang di alami sebesar 5,9% selama pandemi. Di antara lain 63,9% mengakibatkan UMKM mengalami penurunan omzet sebesar 30%, dan sejumlah 3,8% UMKM yang mengalami Pertumbuhan penjualan. Menurut Survei KIC UMKM melakukan berbagai cara dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya. Beberapa langkah yang dilakukan oleh UMKM seperti: Mengurangi produksi barang maupun jasa, mengurangi jam operasional dan jumlah karyawan dan saluran penjualan/pemasaran. Meski begitu, ada juga UMKM yang mengambil langkah sebaliknya, yaitu menambah saluran pemasaran sebagai bagian strategi bertahan (Katadata.co.id, 2020).

Menggunakan sistem *online* merupakan salah satu strategi yang cukup efektif bagi UMKM. Kurangnya interaksi penjual dan pembeli diakibatkan oleh PSBB dapat di atasi dengan menjadikan sistem online sebagai platform memasarkan produk. Penjual diharuskan untuk beradaptasi dikarenakan perilaku konsumen pasti berbeda sebagai akibat dari tidak ada interaksi antara penjual dan pembeli secara langsung. Pada era yang modern seperti sekarang, kemajuan teknologi tentu mendukung peluang dalam pemasaran produk barang dan jasa menjadi lebih optimal. Media Sosial salah satu hasil dari kemajuan teknologi yang terbukti memiliki banyak manfaat bagi UMKM. Dengan adanya media sosial Pembeli dapat melihat deskripsi produk dan harga yang dipublish oleh penjual, sehingga pembeli dapat memastikan produk yang dibutuhkan. Faktor lain yang perlu dikembangkan yaitu komunikasi, karena tentu UMKM juga bekerja sama dengan pihak ekspedisi pengiriman. Oleh sebab itu, komunikasi antar mitra dan karyawan di perlukan agar UMKM dapat berkembang lebih pesat. Kesehatan juggle merupakan hal yang tidak kalah penting selama pandemi Covid-19. Maka dari itu *Work From Home (WFH)* yang dianjurkan oleh pemerintah merupakan solusi yang efektif dikarenakan sistem digital dapat berjalan dari rumah. Dengan melakukan pekerjaan melalui WFH maka dapat mengurangi risiko para karyawan tertular Covid maupun risiko biaya kesehatan yang akan meningkat jika tertular virus Covid-19.

Kedua, Pada proses adaptasi bisnis dari *offline* menuju *online* diperlukan kerja sama dengan pihak lain dan promosi agar konsumen mengetahui bahwa produk UMKM sudah ada di sistem digital. Memperluas koneksi dapat membantu UMKM untuk menemukan target pasar yang sesuai dengan jenis UMKM. Promosi dapat dilakukan melalui media social untuk melakukan penghematan biaya iklan. Terdapat juga cara promosi dengan mengendorse influencer agar influencer tersebut dapat menyebarkan produk kita ke pengikut mereka. Dalam promosi perlu dilakukan pertimbangan yang matang agar pesan dari penjual dapat tersampaikan kepada konsumen. oleh karena itu materi yang dibawa harus diisi dengan



informasi positif dan disajikan secara rutin. Sehingga dapat di yakinkan bahwa konsisten merupakan salah satu cara agar berhasil dalam mempromosikan bisnis.

Ketiga, Mengatur pengeluaran dengan baik. Pelaku UMKM perlu mengatur laporan keuangan perusahaan dengan baik. Akibat dari Covid-19 mengharuskan perusahaan untuk mengatur kembali agenda keuangan yang sudah ada, agar UMKM dapat bertahan di tengah pandemi. Cara pertama yang dapat dilakukan yaitu mencatat dan memprediksi pengeluaran, sehingga pelaku bisnis dapat mengetahui pengeluaran yang tidak diperlukan.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 UMKM dan Aktivitas bisnis selama pandemi

Dalam Pasal 1 Nomor 20 tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai (1) usaha mikro ialah usaha dalam sektor perekonomian yang dimiliki oleh perorangan dengan memenuhi syarat maupun kriteria UMKM yang diatur dalam UU. (2) usaha kecil ialah usaha dalam sektor perekonomian yang didirikan sendiri baik perorangan maupun badan usaha dimana usaha kecil ini bukan bagian dari cabang usaha menengah atau usaha besar baik dari segi kepemilikan, kekuasaan, maupun menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung sebagaimana kriteria usaha kecil yang diatur dalam UU. (3) usaha menengah ialah usaha dalam sektor ekonomi yang didirikan sendiri baik perorangan maupun badan usaha dimana usaha menengah ini bukan bagian dari cabang usaha kecil atau usaha besar baik dari segi kepemilikan, kekuasaan, maupun menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung sebagaimana kriteria usaha menengah yang diatur dalam UU.

Pandemi merupakan suatu tingkat epidemi yang penyebarannya sudah melewati antar benua dan negara. Pandemi biasanya menyerang orang dalam skala besar. Sedangkan epidemi merupakan suatu istilah untuk mengetahui jumlah kasus akibat dari suatu penyakit di area tertentu. Istilah pandemi di tujukan untuk melihat tingkat penyebaran suatu penyakit bukan melihat tingkat berbahaya suatu penyakit. Perlu diketahui, dalam kasus pandemi Covid-19 ini menjadi yang pertama dan disebabkan oleh virus corona yang telah ada sejak akhir tahun lalu. Pernah ada virus yang menyerang dalam besar yaitu flu babi. Virus ini menyebar pada tahun 2009. Penyakit ini bisa terjadi ketika strain influenza baru atau H1N1 menyebar ke seluruh belahan dunia, termasuk Indonesia

2.2 Dampak yang dirasakan saat pandemi dan hubungannya dengan UMKM

Dampak virus Covid-19 di Indonesia tak hanya merugikan dari sisi kesehatan saja, Presiden Joko Widodo berpendapat bahwa penyebaran wabah virus Covid-19 memiliki dampak yang sangat besar pada perekonomian di Indonesia. Bukan hanya karena produksi barang saja yang terganggu, tetapi investasi pun juga terhambat. Dampak yang dirasakan akibat pandemi Covid-19 sangat mengguncang kestabilan ekonomi yang mengakibatkan sebagian jenis barang menjadi mahal dan langka dalam peredarannya, pendapatan sektor pariwisata menurun dikarenakan rendahnya kunjungan para wisatawan



mancanegara, impor barang menjadi terhambat sehingga hal-hal tersebut merusak tatanan perekonomian di Indonesia.

Akibat pandemi Covid-19 dan aturan PSBB sebagai antisipasi penyebaran Covid-19. Wren dan Lewis (2020) menemukan kecenderungan bahwa pandemi Covid-19 juga mengakibatkan ketidakstabilan dalam perekonomian. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki kedudukan khusus di perekonomian Indonesia juga terdampak secara serius. Pada aspek Permintaan masyarakat, pandemi ini meningkatkan persentase tenaga kerja yang di PHK sehingga banyak tenaga kerja berkurang dan kehilangan sumber penghasilannya, sehingga berpengaruh pada tingkat permintaan masyarakat terutama mereka yang ada dalam kategori pekerja informal dan pekerja harian. Mayoritas masyarakat cukup selektif dalam mengatur pengeluaran yang tidak penting sebagai antisipasi karena belum diketahui kapan pandemi akan berakhir. Oleh sebab itu, daya beli masyarakat turun dan tidak seperti sebelumnya sehingga membebankan penjual dan supplier.

Dari sisi perusahaan, pandemi ini tentu mengacaukan kinerja perusahaan yang besar maupun kecil, yang paling berdampak terutama di sektor transportasi, pariwisata, dan dagang. Peraturan *social distancing* yang kemudian modifikasi menjadi *physical distancing* dan bekerja dari atau di rumah berdampak pada penurunan kinerja perusahaan yang kemudian diikuti oleh pemutusan hubungan kerja. Akibat dari ini banyak juga perusahaan yang menutup usahanya di karenakan kebangkrutan. Adanya pandemi ini menyebabkan UMKM mengalami penurunan dari sisi permintaan (konsumsi dan daya beli masyarakat) yang akhirnya mengakibatkan dampak pada suplai yaitu PHK dan kredit macet (Bahtiar & Saragih, 2020).

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Wahidmurni (2017) metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan objek penelitian dalam bentuk narasi yang bersumber dari wawancara, observasi, dan pengumpulan literasi (Wahidmurni, 2017). Metode penelitian kualitatif ini digunakan untuk memberikan pemaparan lebih rinci mengenai Penerapan strategi terhadap keberlangsungan usaha selama pandemi.

3.2 Setting Penelitian

Penelitian ini menggunakan setting beberapa UMKM di Kota Palembang. Hal ini dikarenakan penelitian ini berfokus pada satu kota agar mendapatkan hasil secara lebih jelas dan rinci. Di usahakan Objek penelitian yang di observasi berasal dari beberapa sector yang berbeda.

3.3 Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil pernyataan yang diperoleh secara



langsung melalui wawancara untuk mengetahui hubungan yang berkaitan dengan objek penelitian yang didapatkan melalui informan yang dianggap mampu menggambarkan strategi yang dilakukan UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya. Wawancara ini membahas mengenai bagaimana dan cara UMKM bertahan di masa pandemi. Wawancara ini didukung dengan dokumentasi berupa foto dan rekaman suara sebagai bukti yang mampu memperkuat hasil pengumpulan data dan analisis dari hasil penelitian sehingga hasil penelitian ini memiliki tingkat validitas yang tinggi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi pustaka. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dilakukan dalam mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berkepentingan dan mendapatkan jawaban yang dibutuhkan oleh peneliti yang berkaitan dengan objek penelitian yang sedang diteliti. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk semi terstruktur sebagai sumber data primer dari informan. Wawancara semi terstruktur merupakan proses wawancara yang bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka sesuai prosedur wawancara dengan mengajukan pertanyaan berdasarkan pengembangan topik sehingga wawancara lebih fleksibel (Kamaria, 2021). Wawancara semi terstruktur ini dipilih karena peneliti akan mampu menggali informasi secara lebih mendalam dari informan dikarenakan pertanyaan tidak dibatasi oleh daftar pertanyaan atau lebih fleksibel sehingga mampu memperkaya data yang terkumpul tanpa melupakan pertanyaan dasarnya.

3.5 Keabsahan data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kebenaran data yang sering disebut sebagai uji kredibilitas yang bermanfaat memberikan kepercayaan terhadap data hasil penelitian ini. Validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Menurut Bachri (2010) triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan atau melakukan pengecekan ulang tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda (Bachri, 2010).

Teknik triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yang memeriksa tingkat validitas data melalui sumber atau informan yang berbeda yang sesuai dengan objek penelitian (Alfansyur dan Mariyani, 2020). Teknik triangulasi ini dipilih dengan tujuan mampu memperoleh data yang bervariasi dan hasil yang akurat sehingga penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara langsung terhadap beberapa sumber (informan) yang terlibat secara langsung dalam penerapan strategi yang dilakukan UMKM selama pandemi. Untuk keabsahan sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini.



HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Dampak yang di rasakan cukup signifikan

Pada indikator ini, bertujuan untuk mengetahui dampak yang dirasakan pelaku UMKM sebagai akibat dari pandemi. Dengan hal ini pelaku UMKM dapat menjelaskan keresahan yang dirasakan selama pandemi. Pada saat dilakukan wawancara, semua yang menjadi informan dalam penelitian ini merupakan pelaku yang dapat bertahan selama pandemi.

Tabel 1.1
Hasil Wawancara mengenai dampak yang dialami informan selama pandemi

DE	“ Ado sih, agak nurun omsetnyo “
AK	“ Pastilah, dampaknya pastilah sepi yo”
NY	“dampaknyo yang dari penurunan lumayan signifikan sih, karena jumlah orang yang belanja di pasar menurun. Jadi daya beli masyarakat kurang. Jadi pendapatan menurun.”
RI	“terdampaklah, terdampaknya di sekolah sekolah. Selama pandemi ini jarang ada acara kalau biasanya ... dampaknya besar”
MA	“ oi dampak nian, o iyo, sip, dampak nian, banyak dampaknya, misalnya pembeli kurang katek budak sekolah”
KP	“ngeraso, berpengaruh di bagian PPKM jadi idak biso asal asal keluar lagi, jam berapa tutup, terus ado cak pembatasan orang berapa meter, jadi wong lebih males nunggu. Jadi banyakla penurunan.

Dari hasil di atas, Kebanyakan informan memberikan tanggapan yang mirip bahwa Dampak yang dirasakan selama pandemi cukup signifikan. Kesimpulan dari wawancara diatas yaitu Dampak yang dirasakan oleh pelaku UMKM cukup merata walaupun mereka bergerak di sektor yang berbeda beda. Akibat dari penyebaran wabah Covid-19 bagi UMKM dapat dilihat dari 2 aspek seperti permintaan dan penawaran. Berdasarkan aspek penawaran, dengan menyebarnya wabah Covid-19, dikarenakan alasan kesehatan dan juga PSBB, oleh sebab itu banyak UMKM yang kehilangan tenaga kerja. Faktor selanjutnya juga karena ketidakinginan masyarakat untuk berkerja selama penyebaran wabah Covid-19. Berdasarkan aspek permintaan, terjadi penurunan yang signifikan akan permintaan barang maupun jasa tentu sangat berdampak terhadap kinerja UMKM sehingga berkurangnya likuiditas perusahaan dikarenakan kinerja UMKM tidak optimal (Febrantara dan OECD 2020).

4.2 Analisis Strategi yang dilakukan UMKM agar dapat bertahan selama pandemi

Pada indikator ini, peneliti menggali informasi lebih dalam mengenai strategi dan cara yang dilakukan oleh Pelaku UMKM guna mengatasi keresahan yang meleka alami selama pandemi. Pada saat di lakukan wawancara, informan memberikan penjelasan sesuai dengan kondisi – kondisi yang mereka alami.



Tabel 2.1

Hasil Wawancara mengenai strategi yang direalisasikan saat pandemi

DE	“kami kasih diskon misalny 5 kg free 1kg, free anter jemput, terus <i>bedcover double</i> minimal 50 rb km diskon 10 %, biar narik pelanggan ke tempat sini lagi.”
AK	“sekarang bilang penjualan gimana, bagaimana mau keadaan begini, sepi, dak ado caro yang dilakukan. Jadi pasti pengaruh.”
NY	“untuk mengatasi mungkin dengan mengurangi persediaan setiap harinya. Dan mungkin juga dapat dilakukan secara <i>online</i> untuk menyesuaikan keuntungan.”
RI	“dalam mengatasi ... kita meningkatkan kualitas, model model piala di tingkatan dari 50 jadi 100. Terus ada sponsor sponsor.”
MA	“ngurangi bawaan, ngurangi modal biar biso bertahan be.”
KP	“idak, palingan ngarep dari pelanggan lamo, palingan dari via <i>chat</i> terus kito kirim barangnyo”

Dari hasil wawancara di atas, Peneliti menyimpulkan ada 4 cara dan strategi yang di lakukan oleh informan dalam mengatasi keresahan yang mereka alami. Peningkatan kualitas merupakan cara pertama yang dilakukan UMKM, biasanya peningkatan kualitas juga di padukan dengan strategi lain seperti memberikan promo dan diskon. Pemberian promo dan diskon di gunakan untuk menarik pelanggan agar mereka tergerak untuk mencoba produk dari usaha UMKM tersebut. Ada juga UMKM yang mengurangi modal dan persediaan sebagai strategi selama pandemi, Pelaku UMKM menganalisis terlebih dahulu penurunan yang terjadi dan kondisi lingkungan di tempat mereka menjual produk, sehingga mereka dapat memperkirakan modal dan persediaan yang akan di kurangi. Ada juga UMKM yang tidak melakukan apapun selama pandemi, pelaku UMKM melakukan penjualan seperti biasa, walaupun terdapat penurunan omset. Pelaku UMKM mengharapkan penjualan dari pelanggan lama yang biasa membeli dagangan mereka.

Strategi yang disarankan agar UMKM dapat bertahan selama masa pandemi Covid- 19 di bagi menjadi 3 poin seperti memperbaiki kualitas sebuah produk, meningkatkan kinerja layanan yang sudah ada, dan memanfaatkan teknologi sebagai saran dalam memasarkan UMKM.

1. Memperbaiki kualitas sebuah produk agar konsumen lebih nyaman menggunakan produk. Inovasi dilakukan berdampingan dengan permintaan konsumen agar produk dari UMKM dapat diminati oleh konsumen.
2. Meningkatkan kinerja layanan yang sudah ada penting dilakukan agar hubungan baik dengan konsumen dan supplier juga terjaga dengan baik. Berkembangnya UMKM juga tidak luput dari bantuan pihak lain yang bekerja sama, oleh sebab itu hubungan tersebut dapat menciptakan inovasi baru pada UMKM dan memperbanyak koneksi dengan UMKM lain di sektor yang sama.



3. Memanfaatkan teknologi dengan mempublish produk UMKM dalam sistem digital *online* yang sekarang banyak tersedia di Indonesia. Dengan pemanfaatan *e-commerce* UMKM di harapkan terjadi peningkatan kinerja dan biaya yang harus dikeluarkan setiap transaksi cukup berkurang (Hanum & Sinarasri 2017).

SIMPULAN

Dampak yang di akibatkan oleh pandemi Covid-19 cukup besar terhadap perekonomian dunia, negara Indonseisa termasuk menjadi salah satunya. Beragam cara yang dilakukan UMKM untuk mempertahankan usahanya selama pandemi. Namun, sedikit UMKM yang dapat bertahan. Para pelaku UMKM cenderung masih mengharapkan lingkungan sekitar dan meningkatkan kualitas produk serta meningkatkan kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, Da Menengah Serta Solusinya. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, xiii.
- Bintang, D. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2018). Pengaruh Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Individual Dengan Budaya Organisasi Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Indonesia, K. K. (2021, August 31). *Lelang dan UMKM : Representasi Kolaborasi Inovatif Serta Berdaya Guna*. Retrieved from [djkn.kemenkeu.go.i: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14186/Lelang-dan-UMKM-Representasi-KolaborasiInovatif-Serta-Berdaya-Guna.html](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14186/Lelang-dan-UMKM-Representasi-KolaborasiInovatif-Serta-Berdaya-Guna.html)
- Khaeruddin, G. N., Nawawi, K., & Devi, A. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PEDAGANG KAKI LIMA DI DESA BANTAR JAYA BOGOR). *Jurnal Akrab Juara*, v.
- Nalini, S. N., & Ponorogo, I. (2021). Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, iv.
- Nata, M. A., & Haryono, A. (2022). Implementasi Ekonomi Kerakyatan Berbasis Ekonomo Digital Untuk Membangkitkan UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *Universitas Negeri Malang*.
- Putri, E. E., Yuliandri, F., Rahayu, I. Y., Salmia, P., Putra, R. B., & Duha, J. (2021). STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN (PADA CAFE RAJO CORNER DI PADANG). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan* .
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Lentera Bisnis*, IX.
- Sari, & Putra. (2019). Pengaruh Efektivitas Penggunaan, Kepercayaan dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi pada Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Space, C. (2021, june 9). *Strategi Bisnis untuk Bertahan di Tengah Pandemi*. Retrieved from [cohive.space: https://cohive.space/blogs/bisnis/strategi-bisnis-untuk-bertahan-di-tengah-pandemi/](https://cohive.space/blogs/bisnis/strategi-bisnis-untuk-bertahan-di-tengah-pandemi/)



- Suadnya, I. W., Hadi, A. P., & Paramitha, E. P. (2021). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Kerajinan Cukli. *JOURNAL OF COMMUNITY DEVELOPMENT & EMPOWERMENT*, III.
- Suryati, D., & Amini, R. (2021). Pola Konsumsi Islami Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Mataram. *Econetica*, 1.
- Utami, B. S. (2022). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *e-ISSN2745-6366*, III, 1-4.