

Strategi Bisnis Mikro Kecil Menengah Dalam Mempertahankan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19

Nunuk Latifah^{*1}, Shanti Ike Wardani², Rani A. Normawati³, Ika Rachmawati⁴,
Anna Widayani⁵

^{1,2,3,4,5}Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar Blitar
Jl. dr. Sutomo No 51 Blitar

e-mail: : ¹nunuklatifah76@gmail.com, ²bintangsiwa281292@gmail.com,
³raniarifahnormawati@gmail.com , ⁴rachmayka@gmail.com, ⁵anna_widayani@yahoo.com

Abstrak

Pandemi COVID-19 yang saat ini sedang melanda dunia, termasuk Indonesia, megakibatkan dampak yang teramat besar terutama sector ekonomi. Kebijakan Pemerintah untuk menghimbau masyarakat beraktivitas di rumah saja mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Sebagai salah satu sector yang terdampak, UMKM harus dapat melihat hal ini sebagai tantangan sekaligus peluang dalam memasarkan produknya. Permasalahan dialami UMKM adalah bagaimana mempertahankan eksistensinya dengan melakukan berbagai upaya, antara lain dengan melakukan berbagai inovasi usaha dan inovasi strategi. Untuk itu dibutuhkan adanya berbagai upaya baik dari pemerintah melalui kementerian-kementerian yang terkait dengan perekonomian maupun perguruan tinggi untuk memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM mengenai strategi bisnis yang dapat dilakukan dalam upaya mempertahankan bisnisnya mengingat sektor UMKM memiliki peranan yang sangat penting terhadap perekonomian Indonesia. Hal inilah yang menjadi dasar bagi tim pelaksanaan pengabdian masyarakat untuk mengadakan seminar dengan judul kegiatan Webinar “Strategi Bisnis UMKM pada Masa Pandemi COVID-19”. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan tentang strategi bisnis bagi para pelaku bisnis khususnya bagi sektor UMKM, sehingga mampu bertahan dan dapat menganalisa kondisi eksternal serta memanfaatkan peluang-peluang yang ada untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya. Peserta kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini adalah 117 orang dari total 251 orang yang mendaftar. Peserta terdiri dari 49% dosen, 40% pelaku UMKM dan 11% mahasiswa. Hasil kegiatan ini adalah terlaksananya kegiatan PKM dan publikasi ilmiah.

Kata kunci—Strategi, Bisnis, UMKM, Covid 19

I. PENDAHULUAN

Coronavirus disease (COVID-19) merupakan sebuah virus yang menyebar melalui tetesan kecil (droplets) dari hidung atau mulut pada saat batuk atau bersin (World Health Organization, 2020). Virus ini pertama kali ditemukan di Wuhan, Cina pada

bulan Desember 2019. Penyebaran virus yang cepat menyebar ke berbagai negara termasuk Indonesia menimbulkan dampak diberbagai sektor. Salah satu kebijakan yang diambil Pemerintah Indonesia sebagai upaya memotong rantai penyebaran virus adalah pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala

Besar (PSBB) melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 (bpk.go.id, 2020).

Dengan adanya kebijakan PSBB ini, masyarakat tidak dapat leluasa melakukan aktivitasnya sebagaimana biasanya, termasuk dalam hal melakukan aktivitas ekonomi. Sentra-sentra perdagangan, mulai dari mall, pertokoan hingga usaha-usaha kecil banyak yang tidak dapat beroperasi. Himbuan pemerintah untuk melakukan segala aktivitas dari rumah menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat yaitu dari pola belanja konvensional menjadi pola belanja online. Sebagai salah satu sektor yang terdampak pandemi COVID-19, Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) harus dapat melihat hal ini sebagai tantangan sekaligus peluang dalam memasarkan produknya.

Pemangku kepentingan pun dituntut dapat bekerja sama, melakukan strukturisasi dan revitalisasi pada sektor UMKM untuk melahirkan komitmen dan kepercayaan kembali UMKM (Hadi et.al dalam Fitriyani, 2020). Upaya mengurangi dampak negatif pada sektor pelaku UMKM dibutuhkan inovasi yang tepat dan cepat untuk menciptakan aktivitas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti pemanfaatan media sosial dan *online shop* sebagai alternatif solusi akibat kehilangan lapak yang disebabkan oleh diberlakukannya PSBB dan WFH (Salam dalam Fitriyani, 2020). Salah satu strategi yang dikemukakan oleh Pedersen dan Ritter dalam Fitriyani (2020) adalah 5P yaitu (*Plan, Ploy, Pattern, Position* dan *Perspective*). Strategi sebagai *plan* adalah rencana sebelum diimplementasikan dan ditindaklanjuti. Strategi sebagai *ploy* adalah kegiatan khusus yang membedakan strategi bisnis pelaku usaha dengan pesaingnya. Strategi sebagai *pattern* adalah aktivitas melalui pola-pola yang muncul dari aktivitas yang telah direncanakan dan dilaksanakan sebelumnya. Strategi sebagai *position*, yaitu pelaku usaha dapat menggunakan sumber daya untuk menyediakan produk yang khas. Strategi sebagai *perspective* mengacu kepada budaya

organisasi pada pelaku bisnis untuk memandang dirinya sendiri dan lingkungannya.

Menurut Teten Masduki, Menteri Koperasi dan UKM (depkop.go.id, 2020), dalam masa pandemi, salah satu strategi yang paling penting adalah inovasi produk dan inovasi usaha. UMKM harus dapat menangkap peluang pasar dan memanfaatkan teknologi digital agar dapat menguasai pasar domestik. Para pelaku UMKM juga harus melakukan strategi inovasi agar usahanya efisien, sekaligus melihat peluang-peluang baru. Apabila hal ini dikombinasikan dengan kerja sama antar berbagai pemangku kepentingan, permintaan terhadap produk UMKM lokal akan naik secara signifikan.

Dalam upaya mendukung ketahanan sektor UMKM, Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM mendorong penerapan pembayaran *digital* dan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) bagi para pelaku koperasi dan UMKM sebagai wujud pengembangan e-commerce bagi sektor UMKM di Indonesia terutama di tengah pandemi COVID-19. *E-commerce* memiliki peran penting karena selama masa pandemi ini, metode pembayaran *digital* yang paling banyak digunakan adalah *e-wallet* melalui penggunaan *smartphone*, *m-banking* yang dapat dengan mudah diakses kapan saja dan di mana saja, uang elektronik berbasis *e-money* atau *chip* ke server yang berbasis telah banyak digunakan oleh masyarakat (depkop.go.id, 2020). Menurut Bank Indonesia (bi.go.id, 2020), sampai dengan saat ini QRIS telah tersedia di seluruh provinsi dan hampir seluruh kabupaten kota di Indonesia. *QRIS* telah digunakan oleh pedagang kecil di pasar tradisional, mall, universitas, sekolah, tempat ibadah, lembaga sosial dan keagamaan, tempat pariwisata, bayar parkir, retribusi pemda, dan lainnya..

Peranan UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional sangatlah penting dan strategis. UMKM memiliki proporsi 99,99 % dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sekitar 56,4 juta unit usaha pada tahun 2014 (LPPM dan Bank Indonesia,

2015). Jumlah ini terus meningkat secara signifikan. Menurut data terakhir dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (depkop.go.id, 2020), jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 64.194.057 unit usaha. Sektor UMKM juga menyerap banyak tenaga kerja yaitu sejumlah 116.978.631 tenaga kerja dan memiliki kontribusi sebesar 60,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional.

Jumlah UMKM yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa UMKM mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian Indonesia. Pada saat terjadi krisis moneter tahun 1998, usaha berskala kecil dan menengah relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar (LPPM dan Bank Indonesia, 2015). Hal ini dikarenakan usaha kecil dan menengah tidak terlalu bergantung pada modal besar dan pinjaman luar negeri.

Permasalahan yang terjadi pada masa pandemi COVID-19 ini tentu saja berbeda dengan permasalahan yang dihadapi oleh dunia usaha pada krisis ekonomi 1998. Apabila pada masa krisis ekonomi permasalahan yang terjadi adalah krisis finansial terkait dengan fluktuasi nilai tukar mata uang asing, pada masa pandemi COVID-19 ini permasalahan yang terjadi lebih kompleks atau bisa disebut dengan krisis multidimensi. UMKM harus dapat kembali mempertahankan eksistensinya dengan melakukan berbagai upaya, antara lain dengan melakukan berbagai inovasi usaha dan inovasi strategi.

Usaha kecil dan menengah yang belum memahami inovasi dan strategi bisnis akan lebih sulit untuk mempertahankan bisnisnya terutama di masa pandemi seperti sekarang ini. Untuk itu dibutuhkan adanya berbagai upaya baik dari pemerintah melalui kementerian-kementerian yang terkait dengan perekonomian maupun perguruan tinggi untuk memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM mengenai strategi bisnis yang dapat dilakukan dalam upaya mempertahankan bisnisnya mengingat sektor

UMKM memiliki peranan yang sangat penting terhadap perekonomian Indonesia. Hal inilah yang menjadi dasar bagi tim pelaksanaan pengabdian masyarakat untuk mengadakan seminar mengenai strategi bisnis bagi para pelaku UMKM di Indonesia dengan judul kegiatan Webinar “Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19”.

II. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung pada hari Sabtu tanggal 30 Mei 2020 mulai pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 12.00 WIB. Kegiatan di dilaksanakan secara daring melalui aplikasi *live meeting Google Meet* dan *live streaming YouTube*. Peserta kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini adalah 117 orang dari total 251 orang yang mendaftar. Peserta terdiri dari 49% dosen, 40% pelaku UMKM dan 11% mahasiswa.

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Webinar

Materi webinar adalah strategi bisnis UMKM pada masa pandemi COVID-19. Tujuan seminar ini adalah memberikan ilmu dan wawasan serta pengalaman kepada pelaku UMKM di Indonesia tentang strategi bisnis. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan penyampaian materi dalam bentuk presentasi secara *online* dengan menggunakan media *Google Meet*.



Gambar 1
Pelaksanaan Webinar

2. Diskusi dan Tanya Jawab

Diskusi dan tanya jawab ini dilakukan setelah penyampaian materi dalam webinar oleh narasumber. Peserta dapat mengajukan pertanyaan kepada narasumber terkait dengan materi yang disampaikan yaitu mengenai strategi bisnis UMKM pada masa pandemi COVID-19.

Target luaran yang diharapkan dapat dicapai dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

1. Target Pengabdian Masyarakat

Target yang diharapkan dari adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terlaksananya kegiatan webinar.

2. Luaran Pengabdian Masyarakat

Target yang diharapkan dari adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah adanya forum untuk sharing dan menambah pengetahuan tentang bagaimana dapat mempertahankan dan memulai usaha di masa pandemic bagi pelaku UMKM dan masyarakat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

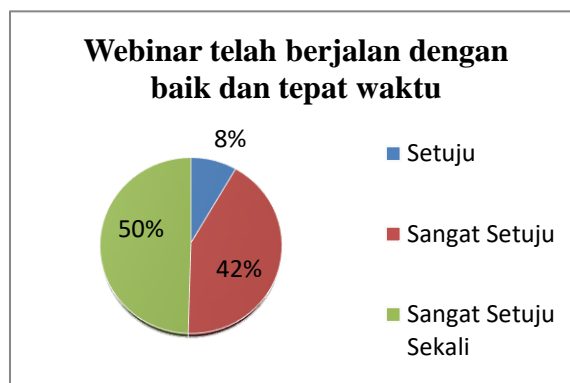
Berikut pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat:

1. Kegiatan dimulai pada pukul 10:00 WIB dengan melakukan uji coba aplikasi Google Meet, dan menyapa peserta serta narasumber. Tepat pada pukul 10:30, kegiatan dibuka oleh moderator yaitu Ibu Nunuk Latifah, M.M kemudian dilanjutkan dengan pembacaan Curriculum Vitae (CV) narasumber.
3. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi oleh narasumber, Sdr. Pugh Wicaksono selama kurang lebih 30 menit. Materi yang disampaikan meliputi: kehidupan new normal, perubahan yang terjadi pada masa new normal, usaha yang terdampak pandemi COVID-19, beberapa contoh strategi di tengah pandemi, dan langkah-langkah untuk merencanakan ulang sebuah bisnis.
4. Kegiatan selanjutnya adalah tanya jawab dan diskusi yang dipandu oleh moderator.

Kegiatan ini dibagi menjadi dua sesi, dengan membuka masing-masing tiga pertanyaan pada setiap sesinya.

5. Peserta mengajukan pertanyaan melalui fitur chat yang terdapat pada aplikasi Google Meet yang kemudian akan dicatat oleh panitia dan dibacakan oleh moderator. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dijawab secara langsung oleh narasumber.
6. Untuk sesi pertama, terdapat tiga pertanyaan berikut:
 - a. Pertanyaan pertama dari peserta dengan nama Herlina Budi. Beliau menanyakan mengenai tempat atau toko buku yang menyediakan buku yang ditulis oleh narasumber. Jawaban dari narasumber, buku tersebut masih tersedia pada salah satu reseller dan nomor kontak reseller akan diinformasikan oleh panitia.
 - b. Pertanyaan kedua dari peserta dengan nama Akhtar Putra. Pertanyaan yang diajukan adalah mengenai apakah jika seseorang ingin memulai bisnis, memerlukan bimbingan dari seorang mentor. Jawaban dari narasumber adalah: untuk memulai sebuah bisnis, penting adanya pembimbingan pelaku usaha dalam bentuk mentoring. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan skill bagi pelaku usaha
 - c. Pertanyaan ketiga dari peserta dengan nama Daniek Tertiana. Beliau menanyakan tentang bagaimana cara untuk memulai usaha secara online. Narasumber menjawab bahwa apabila seseorang ingin menjual produk, sebaiknya tidak hanya beorientasi kepada penjualan saja, akan tetapi juga bagaimana memberikan solusi bagi konsumen. Pelaku bisnis perlu memunculkan ide-ide baru dengan cara mempelajari hal-hal baru untuk menghasilkan produk yang lebih kreatif, menentukan metode pemasaran dan

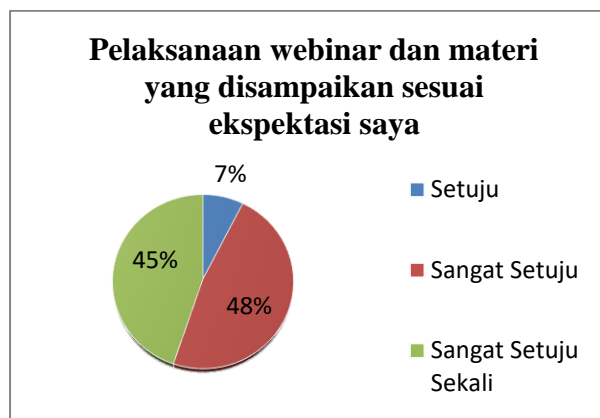
- memperluas jaringan dengan pengusaha yang lain serta meningkatkan interaksi dengan konsumen.
7. Pada sesi kedua, juga terdapat tiga pertanyaan sebagai berikut:
 - a. Pertanyaan pertama dari Sdri. Nanik Nur Hidayah yang menanyakan tentang bagaimana cara menjadikan usaha seni dapat berkembang dan cara untuk membuka reseller. Beliau memiliki usaha di bidang seni lukis. Jawaban dari narasumber adalah dengan memberikan potongan harga kepada reseller. Misalnya pada usaha yang dimiliki narasumber, beliau memberikan profit sebesar 25% bagi para resellernya.
 - b. Pertanyaan kedua dari Sdri. Hesty Aisyah. Beliau menanyakan tentang bagaimana cara untuk menyikapi ide bisnis yang diambil oleh orang lain tanpa izin. Narasumber menjelaskan bahwa ide tersebut tetap dapat dijalankan dengan membuat keunggulan jika dibandingkan dengan kompetitor. Bagi pelaku usaha baru, hal penting lainnya yang harus dilakukan adalah dengan membuat perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik.
 - c. Pertanyaan ketiga dari Sdr. Muhammad Auliya yang menanyakan tentang prosedur untuk memasukkan produk untuk dijual di mini market atau supermarket. Jawaban dari narasumber adalah: untuk memasukkan produk ke mini market atau supermarket, seseorang dapat mencari informasi terlebih dahulu kepada mini market atau supermarket yang dituju, karena syarat dari masing-masing mini market atau supermarket tersebut akan berbeda satu dengan yang lain. Apabila informasi sudah didapatkan, pelaku bisnis dapat memulai mengurus izin seperti PIRT, sertifikasi Halal MUI dan sebagainya.
 8. Selain pertanyaan-pertanyaan pada dua sesi di atas, masih terdapat beberapa pertanyaan dari peserta yang tidak sempat dijawab secara langsung oleh narasumber dikarenakan keterbatasan waktu. Pertanyaan-pertanyaan tersebut kemudian dicatat oleh panitia untuk disampaikan kepada narasumber dan dijawab secara offline. Jawaban dari narasumber dikirimkan kepada peserta melalui email oleh panitia kegiatan.
 9. Sebelum kegiatan diakhiri, peserta mengisi daftar hadir untuk keperluan pembuatan sertifikat melalui Google Form yang telah dibuat oleh panitia.
 10. Kegiatan ditutup oleh moderator pada pukul 11:55.
 11. Peserta Seminar juga diminta untuk mengisi angket sebagai bahan evaluasi panitia dalam melaksanakan kegiatan kedepannya. Hasil dari angket adalah sebagai berikut:



Gambar 2

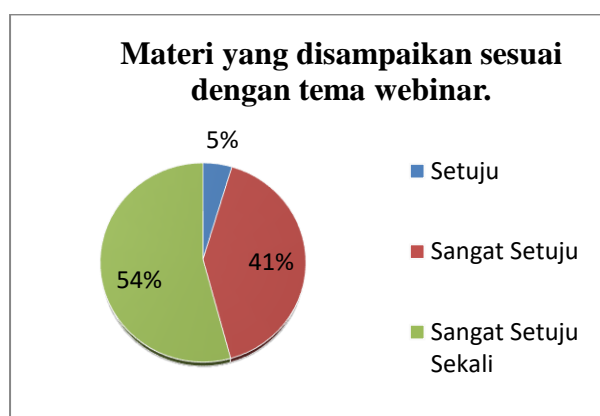
Tanggapan responden atas pertanyaan a

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pelaksanaan webinar dapat berjalan dengan baik serta sesuai dengan waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Peserta sangat setuju sekali sebesar 50% untuk ketepatan waktu pelaksanaan, 42% sangat setuju dan 8% menyatakan setuju.

**Gambar 3**

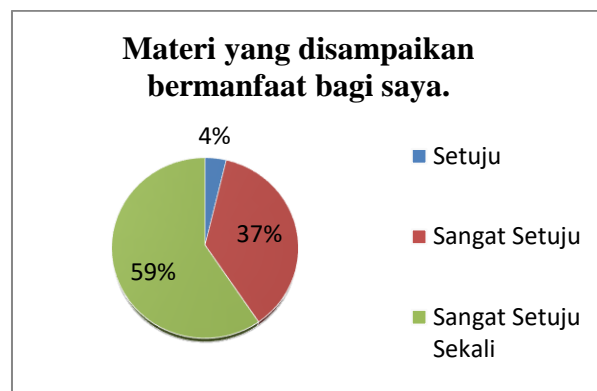
Tanggapan responden atas pertanyaan b

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pelaksanaan webinar sesuai dengan harapan peserta untuk membahas strategi bisnis terutama pelaku UMKM dalam menghadapi pandemic dan menuju keadaan new normal. Peserta sangat setuju sekali sebesar 45% untuk tema yang diangkat, 48% sangat setuju dan 7% menyatakan setuju.

**Gambar 4**

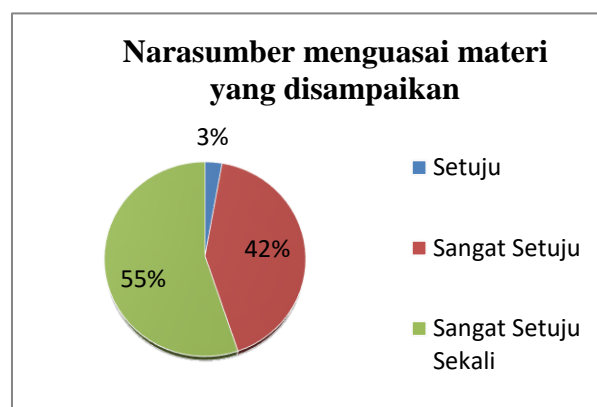
Tanggapan responden atas pertanyaan c.

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa materi yang disampaikan narasumber sesuai dengan tema webinar yaitu mengangkat permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam menjalankan usaha di saat pandemic. Peserta sangat setuju sekali sebesar 54%, 41% sangat setuju dan 5% menyatakan setuju.

**Gambar 5**

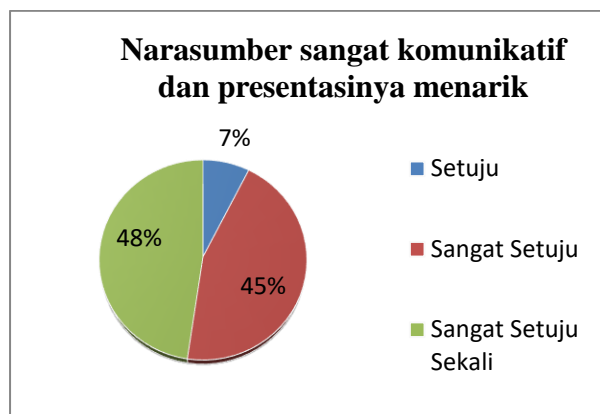
Tanggapan responden atas pertanyaan d

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa materi yang disampaikan memberikan manfaat terutama pelaku UMKM agar tetap eksis dalam menjalankan usaha di saat pandemic. Peserta sangat setuju sekali sebesar 59%, 37% sangat setuju dan 4% menyatakan setuju.

**Gambar 6**

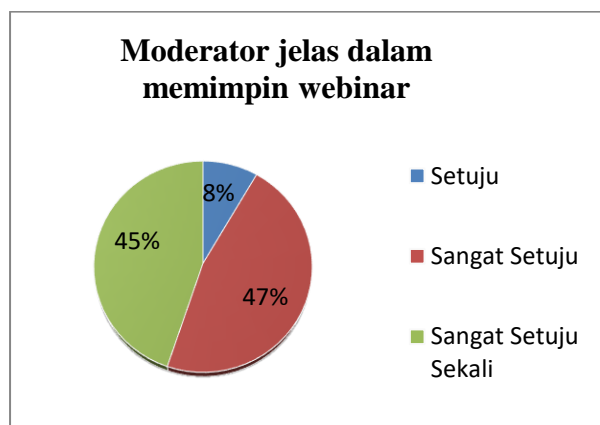
Tanggapan responden atas pertanyaan e.

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa narasumber menyampaikan materi yang sangat dikuasai karena beliau juga seorang pelaku usaha. Dalam kesempatan ini menjadi tempat untuk sharing bagi peserta dengan narasumber dalam menentukan sikap agar siap menghadapi kehidupan baru (New Normal). Peserta sangat setuju sekali sebesar 55%, 42% sangat setuju dan 3% menyatakan setuju.

**Gambar 7**

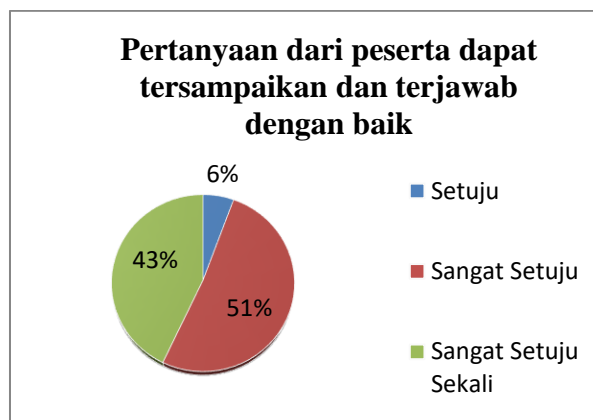
Tanggapan responden atas pertanyaan f.

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa materi disampaikan dengan sangat menarik dibuktikan dengan antusias peserta dalam mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Peserta sangat setuju sekali sebesar 48%, 45% sangat setuju dan 7% menyatakan setuju.

**Gambar 8**

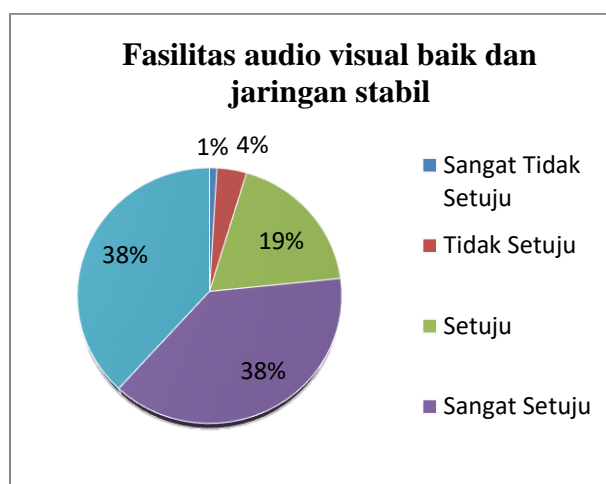
Tanggapan responden atas pertanyaan g.

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa dalam memimpin acara, moderator memberikan arahan yang jelas sehingga acara berjalan dengan baik. Peserta sangat setuju sekali sebesar 45%, 47% sangat setuju dan 8% menyatakan setuju.

**Gambar 10**

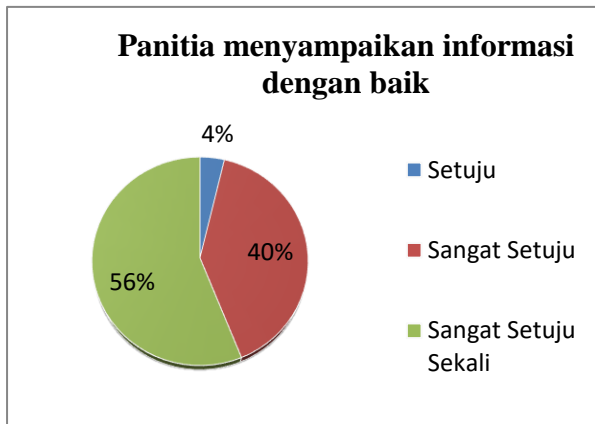
Tanggapan responden atas pertanyaan h.

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa narasumber dapat menjawab pertanyaan dari peserta dengan baik. Terjadi interaksi yang baik antara narasumber dan peserta, dibuktikan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan sampai akhir acara. Sehingga pertanyaan yang belum terjawab disampaikan secara offline oleh narasumber. Peserta sangat setuju sekali sebesar 43%, 51% sangat setuju dan 6% menyatakan setuju.

**Gambar 9**

Tanggapan responden atas pertanyaan i.

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa aplikasi yang digunakan masih perlu perbaikan. Beberapa peserta mengalami kesulitan pada saat masuk ke forum seminar, sehingga panitia menyarankan untuk menyaksikan melalui aplikasi youtube. Peserta sangat setuju sekali sebesar 38, 19% setuju, 4% tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju.



Gambar 11

Tanggapan responden atas pertanyaan j.

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa peserta mendapatkan informasi yang jelas dari panitia mulai dari pendaftaran, pemberitahuan pelaksanaan dan aplikasi yang digunakan. Peserta sangat setuju sekali sebesar 56%, 40% setuju dan 4% menyatakan setuju.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil paparan pada saat webinar “Strategi Bisnis UMKM di Masa Pandemi Covid-19” dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Tuntutan perubahan pola hidup masyarakat untuk hidup sehat sehingga pelaku UMKM harus menawarkan produk pada konsumen dengan memenuhi syarat aman, sehat dan halal.
2. Perubahan aktivitas masyarakat akibat PSBB secara otomatis merubah juga mindset konsumen dalam melakukan transaksi pembelian. Hal ini mendorong para pelaku UMKM untuk merubah

metode penjualan dengan menggunakan aplikasi online.

3. Sektor usaha yang paling berdampak adalah bisnis pariwisata, makanan dan transportasi.
4. Dampak positif yang ditimbulkan pandemik ini adalah masyarakat mau tidak mau beralih pada teknologi digital, namun kemampuan SDM dalam penggunaan teknologi masih kurang sehingga diperlukan upaya ekstra untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam penggunaan teknologi digital.
5. Dibutuhkan strategi bisnis untuk tetap eksis dengan cara: perencanaan ulang usaha, manajemen usaha, melakukan aktivitas menabung, butuh inovasi dan kreasi agar usaha lebih menghasilkan terutama inovasi dalam hal promosi secara online dengan memanfaatkan platform yang tersedia, merubah asset untuk membantu usaha kita, dan meningkatkan komunitas dengan usaha lain.

Sedangkan berdasarkan pelaksanaan kegiatan webinar dapat disimpulkan bahwa peserta merasakan manfaat dan mendapatkan wawasan lebih banyak setelah mengikuti kegiatan tersebut.

V. SARAN

Adapun saran-saran yang diberikan sebagai bahan evaluasi untuk kegiatan selanjutnya sebagai berikut:

1. Menyiapkan waktu yang lebih panjang saat pelaksanaan webinar terutama untuk sesi tanya jawab dan diskusi.
2. Menyajikan suasana seminar lebih menarik dengan memberikan interaksi langsung antara narasumber dan peserta.
3. Menyiapkan aplikasi yang memudahkan peserta masuk dalam forum seminar.
4. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat dilanjutkan kembali pada masa yang akan datang melalui kegiatan yang langsung dirasakan oleh

masyarakat terutama di daerah-daerah di luar kota.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Akademi Komunitas Negeri Putra Sang Fajar melalui unit P2KM yang telah memberi dukungan financial terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- World Health Organization. 2020. Coronavirus, diakses pada tanggal 18 Mei 2020 dari <https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1>.
- Bank Indonesia. 2020. Perkembangan Terkini Perekonomian dan Langkah BI dalam Hadapi COVID-19. Jakarta: Departemen Komunikasi Bank Indonesia, diakses pada tanggal 26 Mei 2020 dari <<https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Perkembangan-Terkini-Perekonomian-dan-Langkah-BI-dalam-Hadapi-COVID-19-6-Mei-2020.aspx>>.
- Peraturan Pemerintah No. 21. 2020. "PP Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) ", diakses pada tanggal 26 Mei 2020 dari <<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135059/pp-no-21-tahun-2020>>.
- Fitriyani, Ika, dkk. 2014. Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 7. No. 3, Desember 2014.
- _____. 2020. Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), diakses pada tanggal 19 Mei 2020 dari <<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/QRIS/Contents/Default.aspx>>.
- _____. 2020. Menkop dan UKM Dorong Penerapan QRIS Pembayaran Digital Bagi Pelaku KUMKM. Jakarta: Humas Kementerian Koperasi dan UMKM, diakses pada tanggal 18 Mei 2020 dari <<http://www.depkop.go.id/read/menkop-dan-ukm-dorong-penerapan-qris-pembayaran-digital-bagi-pelaku-kumkm>>.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia dan Bank Indonesia. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Jakarta: Bank Indonesia
- Campbell David, David Edgar and George Stonehouse. 2011. Business Strategy: an Introduction. United Kingdom: Red Globe Press, diakses pada tanggal 26 Mei 2020 dari <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=LqUcBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR12&dq=Business+strategy&ots=08m1BE9C1I&sig=KB1AiUJN_D5SaHwU81T9Y2TiQZo&redir_esc=y#v=onepage&q=Business%20strategy&f=true>
- Sudiyarti dan M. Nur Fietroh. 2020. Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities. Vol.1 No.2, 2020.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2020. Kemenkeu Tanggap COVID-19: Informasi Terkini - Kebijakan untuk UMKM, diakses pada tanggal 26 Mei 2020 dari <<https://www.kemenkeu.go.id/covid19>>.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

2020. QnA: Pertanyaan dan Jawaban Terkait Covid-19, diakses pada tanggal 18 Mei 2020 dari <https://covid19.kemkes.go.id/qna-pertanyaan-dan-jawaban-terkait-covid-19-update-6-maret-2020/#Apakah_Coronavirus_dan_COVID-19_itu>.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2020. Menkopukm Ajak UMKM Inovatif Menangkap Peluang Saat Pandemi. Jakarta: Humas Kementerian Koperasi dan UMKM, diakses pada tanggal 18 Mei 2020 dari <<http://www.depkop.go.id/read/menkopukm-ajak-umkm-inovatif-menangkap-peluang-saat-pandemi>>.
- Masrul, dkk. 2020. Pandemik Covid-19: Persoalan dan Refleksi di Indonesia. Medan: Yayasan Kita Menulis, diakses pada tanggal 26 Mei 2020 dari <<https://books.google.co.id/books?id=Zi7eDwAAQBAJ&pg=PA191&dq=pandemi+covid+dan+perekonomian&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj9yM3H0NDpAhVUeH0KHdqLCKQQ6AEIKDAA#v=onepage&q=pandemi%20covid%20dan%20perekonomian&f=false>>.
- Mustikowati, Rita Indah dan Irma Tysari. 2014. Orientasi Kewirusahaan, Inovasi, dan Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi pada UKM Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Modernisasi*, Volume 10, Nomor 1, Februari 2014.
- Peraturan Pemerintah No. 23. 2020. “PP Nomor 23 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Mendukung Kebijakan Keuangan Negara untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan Serta Penyelamatan Ekonomi Nasional”, diakses pada tanggal 26 Mei 2020 dari <https://www.kemenkeu.go.id/media/15115/pp_no_23_2020.pdf>.
- Peraturan Pemerintah No. 1. 2020. “Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang RI No. 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan”, diakses pada tanggal 3 Juni 2020 dari <<https://www.pajak.go.id/sites/default/files/2020-04/Perpu%20Nomor%201%20Tahun%202020.pdf>>.
- Williams, H. James. 2007. *Introduction to Business*. United States of America: HarperCollins Publishers, diakses pada tanggal 26 Mei 2020 dari <<https://books.google.co.id/books?id=ppJZ5-CLEE8C&printsec=frontcover&dq=business+introduction&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiOpPXCytDpAhWDbisKHRrhCP0Q6AEIOjAC#v=onepage&q=business%20introduction&f=false>>.