



Strategi Mempertahankan Penjualan Sulaman dimasa Pandemi Covid-19 pada Sulaman dan Bordiran Putri Ayu Bukittinggi

Nikmatul Husna¹, Fatma Ariani², Deni Amelia³

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

²Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

³Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

¹nikmatulhusna11@gmail.com*, ²fatmariani6@gmail.com, ³deniamelia10@gmail.com

Abstract

The activity of Dedication for Society/ Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) was did during a pandemic. It is based on changing situation, condition and activity that had a big impact to UKM. This Activity of Dedication for Society was did on needlework business and “Putri Ayu Bukittinggi’s needlework”. The problem faced from partner is the reduce persentage of sales directly, partner operational activity only finish the order before the covid. The method of implementation this activity with socialization and theory exposure that can help partner maintain the sales. The sample in our activities is all employees and shop owner amount 5 persons. The activity was did from may until june 2020, and this activity also gets full support from owner and employees of Needlework’s Putri Ayu Bukittinggi, so that gives a spirit to PKM UPI YPTK Padang Team for sharing knowledge. This activity started with giving the theory of covid 19 and the impact to the economy especially the slowing business grow, and continued with giving science about the strategy how to maintain the sale in the era of Covid 19 Pandemic. The obtained results, after the socialization partners more actively doing a promotion on internet, with Facebook, or Instagram, and partners also doing an innovation to their products with making a cloth mask from needlework. So they can maintain their sales at the time of this pandemic.

Keywords: sale; embroider; covid-19; UMKM, PKM

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilakukan pada saat pandemi. Hal ini berdasarkan situasi, kondisi dan aktivitas yang berubah sehingga berdampak besar pada UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan Pada Usaha Sulaman dan Bordiran Putri Ayu Bukittinggi”. Permasalahan yg dihadapi mitra adalah berkurangnya penjualan secara langsung, kegiatan operasional mitra hanya menyelesaikan orderan sebelum covid saja. Metode pelaksanaan kegiatan ini dengan cara sosialisasi serta pemaparan materi yang dapat membantu mitra mempertahankan penjualannya. Sampel dalam kegiatan kami ini adalah seluruh karyawan dan pemilik toko berjumlah 5 orang. Kegiatan dilakukan dari bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2020, serta kegiatan ini juga mendapatkan dukungan penuh dari pemilik dan karyawan toko Sulaman dan Bordiran Putri Ayu Bukittinggi, sehingga memberikan tambahan semangat bagi Tim PKM UPI YPTK Padang untuk berbagi ilmu. Kegiatan ini dimulai dengan pemberian materi tentang covid-19 dan dampaknya terhadap ekonomi khususnya melambatnya pertumbuhan usaha/bisnis, dan dilanjutkan dengan pemberian materi bagaimana strategi mempertahankan penjualan di Era Pandemi Covid-19. Hasil yang didapat, setelah sosialisasi pihak mitra lebih gencar melakukan promosi secara online, baik itu melalui facebook, atau instagram, serta pihak mitra juga melakukan inovasi terhadap produk mereka dengan membuat masker kain dari sulaman dan bordiran. Sehingga mereka dapat mempertahankan penjualan mereka pada saat pandemi ini.

Kata kunci: penjualan; sulaman; covid-19; UMKM; PKM

© 2020 JLARI

1. Pendahuluan

Penyebaran covid-19 yang cepat memang merubah interaksi antara bisnis dan pelanggan [1]. Banyak bisnis

mulai merasa penurunan penjualan yang drastis atau bahkan tidak memiliki pelanggan sama sekali karena pelanggan sudah mulai beraktivitas di rumah mereka

masing-masing. Tetapi, keberlanjutan bisnis harus tetap dilakukan agar bisnis dapat dipertahankan. Mempertahankan bisnis serta memperjuangkan penjualan selama wabah Virus Corona memang tidak mudah, apalagi bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) [2]. Dimana UMKM dapat meningkatkan perekonomian suatu daerah dapat dilihat dari berkembangnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di daerah tersebut. Pelaku UMKM sangat diperhitungkan dalam meningkatkan perekonomian kesejahteraan masyarakat. Dijelaskan bahwa UMKM merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha besar [1].

UMKM tumbuh berkembang di Kota Bukittinggi yang terlihat pada jumlah UMKM mencapai 9.544 UMKM. Dimana jumlah tersebut meningkat dari tahun ketahun. Pada tahun 2013 terdapat 7.802 UMKM. hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 1. Perkembangan UMKM

No	Jenis	2011	2012	2013	2014	2015
1	Usaha Mikro	-	-	4.474	2.225	2.225
2	Usaha Kecil	-	-	1.149	272	272
3	Usaha Menengah	-	-	86	25	25
	Jumlah	-	4.559	7.802	9.544	9.544

Sumber: Renstra Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan Kota Bukittinggi 2016-2021

Pada tabel di atas terlihat bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang bagus. Dimana UMKM menjadi salah satu terobosan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat serta mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Dengan adanya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran, seperti halnya dapat dilihat dilapangan, lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah.

Walaupun banyaknya UMKM dengan segudang ide dan barang yang ditawarkan ke publik, dan banyaknya lembaga keuangan makro, dan mikro yang siap untuk membantu UMKM untuk melangsungkan bisnisnya, banyak juga terdapat kelemahan-kelemahan yang dihadapi oleh UMKM antara lain: 1) kurangnya akses informasi khususnya informasi pasar. Hal ini menjadi kendala dalam memasarkan produk-produknya, karena keterbatasan informasi yang mengakibatkan rendahnya

orientasi pasar dan lemahnya daya saing di tingkat global [3], 2) kekurangan dana untuk modal kerja maupun investasi. Hal ini disebabkan keterbatasan akses terhadap informasi, layanan dan fasilitas keuangan yang disediakan LKM [4], 3) Kesulitan dalam pemasaran (perubahan dan peluang pasar) yang disebabkan juga oleh kurangnya informasi [5], 4) Kesulitan dalam pengadaan bahan baku khususnya yang harus di import [4], 5) Keterampilan sumber daya manusia masih rendah [4], 6) Teknologi yang digunakan masih rendah dilihat dari peralatan produksi yang masih tradisional [4], 7) Kesulitan bahan administrasi pembukuan (sebagian besar UKM belum melakukan pencatatan kegiatan usaha dan keuangan secara tertib) [5]. Disamping itu beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM meliputi tingkat penjualan produk yang belum sesuai target, strategi pemasaran yang masih rendah, kualitas dan ketersediaan SDM terlatih/terdidik masih rendah, mutu bahan baku yang kurang baik, fasilitas manufaktur yang masih kurang, proses produksi menggunakan teknologi lama, keterbatasan sumber modal, pengelolaan administrasi keuangan yang masih tradisional/rendah, biaya produksi tinggi, inovasi produk lambat dibanding dengan pesaing, jaringan distribusi pada wilayah daerah tertentu dan promosi yang masih kurang [5]. Berdasarkan pemetaan dan strategi peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015 dan pasca MEA 2025 yang dilakukan oleh Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia 2016 dapat diketahui ada dua factor yang menghambat kinerja UMKM yaitu factor internal yang terdiri dari produktivitas dan inovasi serta factor eksternal atau pendukung yaitu kemudahan berusaha, akses permodalan, akses pasar, dukungan infrastruktur dan siklus bisnis [6].

Untuk itu Pemerintah Indonesia perlu melakukan berbagai upaya untuk membantu ekonomi masyarakat melalui berbagai kebijakan [7] Keberhasilan kebijakan pemerintah tersebut, sangat tergantung dengan dukungan komponen pelaku usaha di masyarakat. Masyarakat dan pemerintah harus bersama-sama melindungi perekonomian dari dampak Covid-19 (Hanoatubun, 2020). Kebangkitan UMKM pasca COVID-19 sangat membutuhkan dukungan dan semua pemangku kepentingan. Sebagai contoh, untuk sektor pariwisata mitra perjalanan bisnis, agen perjalanan, perhotelan, lembaga pendidikan, lembaga keuangan, komunitas lokal, asuransi dan dari kerjasama dengan industri sejenis [8]. merekomendasikan bahwa kebijakan revitalisasi UMKM dilakukan dengan meningkatkan sinergi antar program dan antar lembaga pemerintah, memperbanyak ragam upaya promosi secara modern produk UMKM ke pasar domestik dan ekspor, pemberlakuan kebijakan kredit dengan suku bunga yang rendah dan proses sederhana, serta

mendorong peningkatan sarana pendukung UMKM dan kreativitas UMKM agar berdaya saing tinggi [8].

Disamping itu merebaknya kasus virus corona begitu mempengaruhi kehidupan banyak orang, dari segi kesehatan, pendidikan, termasuk juga ekonomi. Jumlah kasus Covid-19 yang terus bertambah membuat laju sejumlah bisnis pun melambat. Apalagi, masyarakat saat ini tengah mengurangi aktivitas di luar rumah seperti liburan atau belanja, sehingga roda perekonomian pada masa Pandemi Covid 19 saat inipun melambat dimana, pasar mulai lesu, omzet menurun, begitu pula dengan produktivitas. Pemerintah pun telah menyiapkan stimulus untuk membantu mendongkrak ekonomi dan menjaga daya beli, khususnya terhadap UMKM. Namun sebagai pebisnis, tentu kita harus juga menyiapkan strategi, strategi apa yang bisa kita lakukan untuk tetap bertahan saat menghadapi situasi seperti ini. Strategi tersebut, diantaranya :

1. Tunjukkan Kepedulian.

Tunjukkan kepekaanmu dalam merespons pandemi, jaga komunikasi yang baik dengan pelanggan dengan cara fokus pada kepentingan publik, misalnya membagikan fakta-fakta mengenai cara mencegah virus corona baik itu lewat *email* atau media sosial.

2. Berikan Distraksi yang Positif

Ingat bagaimana brand-mu bisa memberikan distraksi yang positif terhadap audiensmu, misalnya menceritakan mengenai kepedulianmu terhadap masyarakat dan komunitas di sekitar. Gunakan waktu ini untuk membangun semangat banyak orang, serta selalu ingat untuk tetap peka dalam menyampaikan setiap pesan.

3. Lakukan Transaksi Online

Transaksi bisa dilakukan lewat online seperti *m-banking* ataupun internet banking. Jadi kamu tidak perlu repot-repot datang ke bank.

4. Kaji Ulang Anggaran & Jaga Cashflow

Finansial bisnis merupakan hal krusial yang perlu diperhatikan. Anggaran merupakan gambaran budget suatu bisnis yang penting untuk dilakukan, baik untuk mengevaluasi hasil kerja maupun membuat perencanaan dan target untuk periode atau tahun selanjutnya. Dalam situasi seperti ini, Apakah ada anggaran yang bisa dipangkas untuk memotong pengeluaran? Bagaimana dengan alur cashflow? Pastikan setiap transaksi terbukukan dengan baik dan rapi agar cashflow tetap seimbang.

5. Alihkan Strategi Penjualan ke Online

Mengalihkan strategi penjualan ke online baik lewat website toko online ataupun media sosial [9].

Dengan demikian, pelanggan masih bisa mengakses produk atau jasmu. Jadi apapun bisnismu, pastikan kamu memiliki strategi dan perencanaan yang tepat

agar bisnismu tetap bisa berjalan dan bertahan di tengah pandemi saat ini.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada saat pandemi, hal ini berdasarkan situasi dan kondisi yang ada dimana semua aktivitas beralih sehingga nantinya akan berdampak pada UMKM tersebut. Apabila UMKM tidak dapat beradaptasi tentulah dampaknya akan mengakibatkan UMKM tersebut akan mengalami kebangkrutan. Sangat diperlukan sekali strategi mempertahankan penjualan disini agar omset tetap stabil dan kelangsungan usaha juga dapat terjaga. Salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang menjadi tempat pengabdian kepada masyarakat kami yaitu UMKM Sulaman dan Bordiran Putri Ayu milik ibu Nislaili yang beralamat di jalan Adinegoro No.7E Tangah Jua. UMKM ini bergerak dibidang sulaman dan bordiran. UMKM ini agar dapat bersaing dengan pesaing lain dia selalu memberikan pelayanan yang bagus kepada Pelanggan setianya. Tidak mungkin hanya itu saja , maka agar terus berkembang UMKM ini dituntut harus bisa melayani konsumen tidak hanya secara langsung tetapi juga online. Bagaimana UMKM ini mempromosikan barang dagangannya agar konsumen tertarik di media sosial, serta UMKM ini juga harus memiliki strategi penjualan sendiri pada masa pandemi sehingga penjualannya tetap stabil. Hal itulah yang melatarbelakngi kami sebagai tim pengabdian masyarakat untuk melakukan sosialisasi mengenai strategi mempertahankan penjualan pada masa pandemi covid-19.

Berdasarkan analisis situasi yang terjadi selama pandemi ini maka dapat disimpulkan permasalahan yang terjadi pada mitra adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi yang tepat dalam penjualan saat pandemi covid 19?
2. Bagaimana strategi dalam mempertahankan penjualan saat pandemi covid 19?

Sementara itu tujuan dari Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi yang tepat dalam penjualan saat pandemi covid 19?
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam mempertahankan penjualan saat pandemi covid 19?

2. Metode Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini kami laksanakan pada sulaman dan bordiran putri ayu Bukittinggi. Dimana yang menjadi sampel kami adalah seluruh karyawan pada Sulaman dan Bordiran Putri Ayu. Dimana semua karyawan berjumlah 5 orang.

Metode pelaksanaannya kami memberikan sosialisasi kepada mitra pelaku usaha sulaman dan bordiran. Sosialisasi tersebut berupa pemamparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra yaitu pentingnya strategi penjualan. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk

selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha. Adapun materi yang disampaikan kepada mitra antara lain : mengenai bagaimana konsep strategi penjualan, pentingnya strategi penjualan untuk meningkatkan keuntungan, kaitan dan pengaruh strategi penjualan pada masa pandemi Covid-19 serta strategi penjualan yang seperti apa yang tepat dilakukan pada masa pandemi Covid-19.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Tahap Persiapan

Pada tahap ini kami melakukan sosialisasi mengenai strategi mempertahankan penjualan sulaman di era pandemi covid 19. Pada tahap persiapan ini, terdiri dari beberapa kegiatan sebagai berikut:

- a. Survei, tim PKM melakukan survei lokasi mitra untuk mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang di alami oleh mitra.
- b. Pembentukan tim PKM, pembentukan tim disesuaikan dengan jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan permasalahan mitra.
- c. Pengajuan dan pembuatan proposal yang berisikan solusi dalam menyelesaikan permasalahan mitra ke LPPM perguruan tinggi.
- d. Koordinasi tim dan mitra, perencanaan pelaksanaan program PKM secara konseptual berdasarkan proposal yang telah diajukan. Penyusunan jadwal dan perihal terkait dengan prosedur kegiatan, dan penerbitan surat tugas panitia kegiatan.
- e. Persiapan alat dan bahan pelatihan meliputi penyusunan instrumen, dan mendesain sosialisasi sesuai dengan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat.

3.2 Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan sosialisasi mengenai strategi mempertahankan penjualan pada masa pandemi dan dilaksanakan melalui pemaparan materi dan diskusi serta tanya jawab.

3.3. Tahap Evaluasi Program

Dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Indikator keberhasilan program dari pelaksanaan kegiatan ini terlihat dari bertambahnya pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai strategi mempertahankan penjualan dimasa pandemi. Evaluasi ini dilakukan secara berkala dengan melakukan observasi. Secara umum, evaluasi dalam kegiatan sosialisasi ini memiliki beberapa tujuan, yakni untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman pentingnya mempertahankan strategi penjualan dimasa pandemi.

3.4 Tahap Pelaporan

Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan program untuk

kemudian dilakukan publikasi. Adapun tahapan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dapat dilihat sebagai berikut :

1. Permasalahan
 - a. Kurang memahami tentang strategi penjualan yang tepat saat Pandemi Covid-19
 - b. Kurang memahami tentang mempertahankan tingkat penjualan saat Pandemi Covid 19
 - c. Kurang memahami tentang bagaimana strategi mempertahankan penjualan yang tepat saat Pandemi Covid-19
2. Solusi
 - a. memberikan sosialisasi dengan tujuan memberikan pengetahuan apa itu strategi penjualan
 - b. memberikan sosialisasi pengenalan mengenai betapa pentingnya strategi penjualan untuk meningkatkan keuntungan
 - c. memberikan penjelasan jenis-jenis strategi penjualan
 - d. meningkatkan pemahaman mitra untuk melakukan peningkatan strategi penjualan saat pandemi Covid-19
3. Hasil Pelaksanaan
 - a. meningkatkan pengetahuan tentang strategi penjualan
 - b. meningkatkan pengetahuan dan informasi mitra mengenai strategi penjualan dan jenis-jenisnya
 - c. peningkatan pengetahuan mitra mengenai apa itu strategi penjualan yang tepat saat pandemi Covid-19
 - d. meningkatnya pemahaman mitra untuk melakukan peningkatan strategi penjualan saat pandemi Covid-19

Pada bagian ini penulis membahas dan memaparkan tentang hasil pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada usaha Sulaman dan Bordiran Putri Ayu Bukittinggi. Pada saat kami melakukan kegiatan pengabdian disana kami mendapatkan dukungan penuh dari pemilik dan karyawan toko, mereka sangat antusias mendengarkan sosialisasi dan pemaparan materi dari kami. Dari pengamatan kami sebelumnya usaha sulaman dan bordiran putri ayu terlihat sepi tidak seperti biasanya karena dampak pandemi covid 19. Hasil yang didapat dalam pengabdian masyarakat ini adalah agar UMKM mereka tetap bertahan serta penjualan mereka stabil bahkan dapat ditingkatkan. Dimana sebelum kami melaksanakan kegiatan ini, mitra hanya melakukan penjualan secara langsung, tidak terlalu gencar melakukan promosi dimedia sosial, karena itu penjualan mereka menurun dan sepi pengunjung. Patut diketahui oleh mitra bahwa saat ini penjualan online bukan suatu hal yang baru, namun merupakan suatu kebutuhan, oleh karena itu mindset berwirausaha yang dilakukan oleh UMKM saat ini harus berubah [10]. Demikian pula dengan karakter wirausaha saat ini juga harus menyesuaikan dengan

pertimbangan karakter wirausaha unggul yang memiliki kompetensi bersaing di era globalisasi. Munculnya fenomena wirausaha internet yang mengeksplorasi bisnisnya melalui internet membuat setiap wirausaha yang terlibat dalam kegiatan bisnis harus benar-benar serius dalam membentuk karakter wirausaha yang saat ini memiliki kecenderungan dan karakter yang khusus [11].

Setelah kami melakukan sosialisasi ketempat mitra, mitra sangat gencar melakukan promosi secara online, baik itu melalui facebook serta instagram.



Gambar 1. Tim Pengabdian Masyarakat mengadakan sosialisasi serta pemaparan materi

Dari hasil sosialisasi dan pemaparan materi yang kami sajikan pihak mitra ternyata juga sudah mempertahankan penjualan mereka dengan cara menginovasi produk, yaitu dengan membuat masker kain dari sulaman tangan. Masker tersebut mereka promosikan lewat media sosial, sehingga dengan begitu konsumen lebih tau akan produk yang mereka tawarkan dan mereka bisa mengambil pangsa pasar dan mempertahankan penjualan dimasa pandemi. Beberapa contoh masker tersebut :



Gambar 2. Contoh masker kain dari sulaman



Gambar 3. Contoh masker kain dari sulaman



Gambar 4. Contoh masker kain dari sulaman

Hasil penelitian ini sama dengan hasil dari beberapa penelitian yaitu bahwa kolaborasi antara pemasaran, keuangan dan manajemen isu perlu diperhatikan dengan segala kondisi. Perlu diperhatikan tidak hanya isu yang terjadi pada saat masa pandemi tapi saat normal juga sudah dipersiapkan sehingga apa pun kondisinya, mampu beradaptasi dengan baik, lalu penelitian yang dilakukan oleh dimana hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UMKK berupa melakukan perdagangan secara e-commerce, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan, serta hasil penelitian lainnya UMKK harus dapat menggunakan kekuatan dan potensinya dengan sebaik mungkin, sehingga UMKK harus mengenal dengan baik dirinya sendiri [12]. Selain itu, UMKK harus dapat menjadikan kelemahannya sebagai kekuatannya serta menjadikan ancaman yang dihadapi sebagai potensi yang dimilikinya. Lalu penelitian ini juga didukung dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakter yang menjadi ciri khas didalam diri seseorang dalam ilmu kewirausahaan menjadi suatu hal yang mempengaruhi cara dan keberhasilannya dalam berwirausaha [13].

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang diselenggarakan selama dua bulan yaitu Mei-Juni 2020, mendapat sambutan yang baik dari mitra. Kegiatan ini berjalan lancar dan sesuai dengan target yang telah diusulkan, hasil yang didapat sesuai dengan yang diharapkan. Dimana pada awalnya penjualan mitra menurun dengan adanya kegiatan ini penjualan mitra mulai meningkat kembali. Hal itu dilakukan dengan cara mitra melakukan inovasi produk membuat masker kain dengan sulaman dan bordiran, dan juga melakukan promosi secara gencar, baik itu melalui facebook, dan juga instagram.

Daftar Rujukan

- [1] CNBC, "Ini Kata Teten Masduki Soal Dampak Covid-19 Bagi UMKM," *CNBC Indonesia*, 2020.
- [2] R. E. Ratih Agustin Wulandari, "Fungsi Merek dan Perlindungan Hukum bagi Pelaku UMKM di Era Covid-19," *Int. J. Manag. Bus.*, vol. 5, no. 1, pp. 81–97, 2014.
- [3] E. Ishak, "Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM.," *Kedaulatan Rakyat*.
- [4] Dr. Tulus T.H Tambunan, *UMKM di INDONESIA*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- [5] "No Title," *BPS.go.id*.
- [6] *Pemetaan dan Strategi Peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi masyarakat ekonomi asean (MEA) 2015 dan Pasca MEA 2025*. Departemen pengembangan UMKM Bank Indonesia, 2016.
- [7] A. Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, "Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. Budapest International Research and Critics Institute," *Humanit. Soc. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 1147–1156, 2020.
- [8] S. Hadi, *Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19)*. Yogyakarta, 2020.
- [9] "Strategi Mempertahankan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19," *Sirclo*, 2020.
- [10] M. Dewi, P. Radyuli, N. Febriana, dan Eliza, and F. Keguruan Ilmu Pendidikan, "Pengaruh Kemampuan Manusia Abad 21 Dengan Pembentukan Karakter Wirausaha Mahasiswa Universitas Putra Indonesia Yptk Padang," *J. Benefita*, vol. 5, no. 3, pp. 468–478, 2020, doi: 10.22216/jbe.v5i3.5576.
- [11] M. Dewi and Irsan, "PENGEMBANGAN BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN PADA MATERI MENJUAL PRODUK ATAU JASA BERBASIS BISNIS ON LINE UNTUK MAHASISWA FKIP UPI YPTK PADANG," *Maj. Ilm. UPI YPTK*, 2017.