

Analisis Strategi Bertahan Sektor UMKM

Author:

Indah Ambarita¹
I Gusti Prahmana²
Rozaq Habibi³

Affiliation:

STMIK Kaputama^{1,2,3}

Corresponding email

yesnovada@yahoo.com



*This is an Creative Commons
License This work is licensed
under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial 4.0
International License*

Abstrak:

Latar belakang: UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. UMKM mampu menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, selain itu juga berkontribusi terhadap pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar. Namun demikian UMKM perlu melakukan strategi bertahan supaya mampu bersaing.

Metode penelitian: Penelitian ini merupakan Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang sifat-sifat (karakteristik) dari suatu objek penelitian. Adapun sifat penelitian ini bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya antara satu variabel dengan yang lain.

Hasil penelitian: Sebagian besar UMKM yang ada di Indonesia, merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Total UMKM di Kota Binjai sebanyak 20.852 UMKM.

Kesimpulan: UMKM mempunyai potensi basis ekonomi yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. UMKM Kota Binjai belum mampu meningkatkan pendapatan daerah Kota Binjai, karena pendapatan masyarakat yang dilihat dari pengeluaran masyarakat per kapita masih rendah.

Kata kunci: Bertahan; Strategi; UMKM

Pendahuluan

Tidak ada bangsa yang sejahtera tanpa kemajuan ekonomi. Kemajuan ekonomi bisa dicapai jika ada semangat kewirausahaan yang kuat dari masyarakatnya. Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang berkembang yang membutuhkan pelaku usaha baru untuk mendorong penguatan struktur perekonomian.

UMKM merupakan salah satu sektor pendukung yang menentukan kemajuan perekonomian suatu negara. UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. UMKM mampu menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, selain itu juga berkontribusi terhadap pembentukan dan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar (Sugiri, 2020).

Sebagian besar UMKM yang ada di Indonesia merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM di Indonesia. Jumlah usaha 65,4 juta berarti dapat menyerap 123,3 ribu tenaga kerja. Dengan demikian dampak dan kontribusi UMKM yang besar dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

UMKM pada saat ini berada pada tren yang positif dengan jumlah yang semakin bertambah setiap tahunnya dan pertumbuhan ini berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian.

Pada era modern ini, dunia usaha berkembang sangat pesat dan persaingan juga semakin sangat kompetitif begitu juga pada sektor UMKM. Pelaku usaha dituntut untuk terus bergerak maju mengikuti perkembangan zaman agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman maka kebutuhan dan selera konsumen juga semakin berkembang. Selera dan kebutuhan konsumen yang semakin berkembang tersebut pun dapat dijadikan sebagai peluang bisnis baru. Oleh karena itu pelaku usaha menjadikan hal ini sebagai pertimbangan dasar dalam memenuhi kebutuhan, selera, serta harapan konsumen agar konsumen supaya tidak beralih pada produk lain yang sejenis.

Pemerintah memberikan bantuan pelaku UMKM supaya dapat lebih berkembang. Pemerintah memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi pelaku usaha UMKM. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2020 pertumbuhan KUR sebesar Rp 178,07 triliun atau kurang lebih 16,25% dan pada tahun 2021 sebesar Rp1 92,59 triliun atau kurang lebih 8,16%. Oleh karena itu, para pelaku UMKM membutuhkan bantuan dana untuk mengembangkan usahanya.

Berdasarkan data dari Badan Layanan Umum (BLU) Pusat Investasi Pemerintah (PIP), Penyaluran Usaha Mikro (UMi) sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2022, pemerintah juga memberikan bantuan kredit bagi pelaku usaha mikro yang belum difasilitasi KUR atau non perbankan melalui yaitu sebesar Rp26, 2 triliun kepada 7,4 juta debitur. Pemerintah memberikan perhatian bagi pelaku usaha untuk membantu UMKM dalam hal permodalan maupun pengembangan kapasitas usaha sehingga sektor UMKM mampu menyerap jumlah tenaga kerja yang lebih besar lagi sebagai salah satu solusi untuk mengurangi tingkat pengangguran di Indosensia. Oleh karena itu, UMKM perlu meakukan strategi bertahan supaya mampu memenangkan persaingan.

Studi Literatur

1. Penelitian Terdahulu

Menurut Penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid -19”. Tahun 2020 ditetapkan sebagai tahun pandemi global oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO), untuk mencegah penyebaran virus covid-19 pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat yang berdampak kepada hampir semua sektor kehidupan, begitu juga dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor kuliner sebagai salah satu sektor ekonomi yang mengalami dampak akibat pandemi ini. Agar dapat terus bertahan. Pelaku UMKM sektor ini harus mampu mengkreasikan berbagai langkah atau strategi. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bertahan UMKM Sektor kuliner di masa pandemi covid-19, sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM sehingga dapat bertahan di tengah pandemi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Tehnik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan tehnik analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk bertahan di masa pandemi Pelaku UMKM memiliki strategi sebagai berikut yaitu, menggunakan pemasaran melalui media sosial berupa instragram, facebook, whatsapp, bekerjasama dengan pihak penyedia jasa transportasi online seperti gofood dan grabfood, melakukan inovasi pada produk kuliner yang dibutuhkan masyarakat saat masa pandemi, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (Januar Eko Aryansah, 2020).

Berdasarkan penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”. Dunia sedang mengalami Pandemic covid-19 termasuk Indonesia. Himbauan untuk mencegah mata rantai penyebaran virus ini mengharuskan masyarakat untuk berdiam diri dirumah. Hal ini berdampak pada ketidakstabilan ekonomi dan salah satu yang terdampak adalah UMKM. Untuk itu diperlukan strategi bertahan bagi UMKM untuk dapat terus mempertahankan bisnisnya di tengah pandemi ini. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan langkah eksploratif dengan teknik observasi partisipatif. Hasil penelitian ini merekomendasi strategi

bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara ecommerce, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami dan diadopsi oleh pelaku UMKM dan diharapkan pelaku UMKM selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan (Wan Laura Hardilawati, 2020).

Penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan Dan Promosi Umkm Di Masa Andemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Batik Melayu Pinang Sirih Kota Pangkalpinang)”. Pandemi global Covid-19 tentunya berdampak pada berbagai sektor, terutama pada sektor perekonomian. Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang cukup besar terhadap berbagai sektor di Indonesia, khususnya pada sektor UMKM. Wabah corona yang semakin masif akhir-akhir ini akhirnya mengganggu penurunan proses penjualan dan pemasaran. Untuk itu diperlukan strategi survival dan promosi agar UMKM dapat terus mempertahankan usahanya dan mengikuti perkembangan usaha di masa pandemi COVID-19 ini. Objek penelitian ini adalah UMKM Batik Melayu Pinang Sirih Kota Pangkalpinang. Metodologi penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi partisipatif dengan langkah eksploratif yaitu melakukan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk memperoleh data deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah agar UMKM dapat bertahan dalam menghadapi pandemi covid-19, dapat membuka lini produk baru dan berinovasi membuat produk baru mengikuti perkembangan pada masa pandemi covid-19 atau kedepannya seperti yang dilakukan oleh Batik Malayu Pinang Sirih yaitu memproduksi masker kain, tas, dan kepala sekolah. Selain itu, mereka dapat bertahan dalam menjalankan strategi promosi dengan menggunakan digital marketing dan customer connection marketing (Rahmad Firdaus, 2021).

Penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bersaing pada UKM Zoellen Sagela pada masa pandemi Covid-19 dan 2) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bertahan pada UKM Zoellen Sagela pada masa pandemi Covid-19. Data-data yang dibutuhkan atau digunakan dalam penelitian ini adalah data-data tentang strategi bersaing dan strategi bertahan pada masa pandemi covid-19 yang didapatkan dari wawancara dengan pemilik usaha UMKM Zoellen Sagela. Pengambilan sampel yang dilakukan peneliti yaitu dengan non-probability sampling, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Alat analisis yang digunakan untuk strategi bersaing adalah dengan Teori Lima Kekuatan Persaingan dari Porter (1980). Sedangkan untuk menganalisis strategi bertahan pada usaha UMKM Zoellen Sagela digunakan strategi bertahan dari Fred R. David. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pendekatan metode lima kekuatan persaingan, UMKM Zoellen Sagela mampu bersaing dengan harga, kualitas produk, promosi, dan distribusi produk. Sedangkan untuk strategi bertahan pada UMKM Zoellen Sagela yang dilakukan untuk dapat terus bertahan pada saat pandemi Covid-19 adalah dengan melakukan strategi penekanan biaya produksi serta mengurangi jumlah produksi produk (Arista Adam, 2022).

Penelitian yang berjudul “Strategi Bertahan Dan Bersaing Pada Usaha Mikro Dan Kecil Kedai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang Tahun 2020”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis kedai kopi mikro dan kecil di Kota Semarang terkait dampak dan tantangan akibat pandemi Covid-19. Sebanyak 50 UMK kedai kopi diambil sebagai sampel. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Tabulasi Silang dan Chi Square dengan menggunakan software SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan strategi bertahan yang diterapkan dengan melakukan promosi online untuk menekan biaya promosi fisik serta menembus target pasar baru. Kemudian, pihak kedai kopi juga menurunkan harga jual dengan memberikan potongan harga pada produknya. Strategi bersaing yang diterapkan oleh kedai kopi mikro dan kecil adalah dengan menciptakan produk baru yang berbeda dari pesaingnya dan memberikan pelayanan yang lebih baik sesuai kebijakan pemerintah dengan menerapkan protokol kesehatan bagi kedai kopi di masa pandemi Covid-19 untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Kedai kopi juga menerapkan penjualan melalui aplikasi pesan antar seperti GoFood dan GrabFood untuk menambah target pasar baru (Gavrilla Franzya Handoko, 2022).

2. Strategi Bertahan

Strategi bertahan merupakan sesuatu yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Fitriyani, Sudiarti, & Fietroh, 2020). Strategi bertahan sebagai upaya yang dilakukan untuk mempertahankan suatu usaha industri dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungannya. Strategi bertahan (survival strategy) dapat diartikan sebagai salah satu cara yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensinya yang bernilai baik yang bersifat material maupun non material.

Strategi bertahan berfokus pada cara mempertahankan dan meningkatkan usaha bisnis yang ada. UMKM yang mengimplementasikan strategi bertahan berusaha untuk melindungi pasarnya dari pesaing baru. Organisasi ini cenderung untuk menghindari kreativitas dan inovasi dalam mengeluarkan produk atau jasa baru dan memfokuskan pada usaha untuk menurunkan biaya atau meningkatkan kinerja dari produk yang ada. Sering suatu perusahaan yang mengimplementasikan suatu strategi penggagas akan berubah mengimplementasikan strategi bertahan. Hal ini terjadi ketika perusahaan telah berhasil dalam menciptakan suatu pasar atau bisnis baru dan kemudian berusaha untuk melindungi pasar tersebut dari persaingan.

3. Sektor UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi.

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat yang dilakukan oleh pemerintah dengan memberikan bantuan pengembangan bagi para pelaku usaha UMKM. Hal ini sangat penting untuk mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.

UMKM perlu peningkatan jangkauan akses terhadap perbankan dan lembaga keuangan lainnya untuk menghadapi persaingan pasar global, karena pengembangan UMKM tidak luput dari kontribusi pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan lainnya.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan wawancara. Penelitian ini yang mengambil sampel dari satu populasi pelaku UMKM di Kota Binjai dan menggunakan wawancara sebagai alat pengumpulan data mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang sifat-sifat (karakteristik) dari suatu keadaan atau objek penelitian yang sudah disebutkan hasilnya kemudian dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.

Adapun sifat penelitian ini adalah penelitian menjelaskan (descriptive explanatory). Sugiyono (2006) menyatakan bahwa, penelitian deskriptif explanatori merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya antara satu variabel dengan yang lain.

Analisis data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, terutama apabila penelitian tersebut bermaksud untuk mengambil kesimpulan dari masalah yang diteliti. Untuk menganalisis data diperlukan suatu cara atau model analisis data. Metode analisis data digunakan untuk mengubah atau menganalisis data hasil penelitian agar dapat diinterpretasikan sehingga laporan yang dihasilkan mudah untuk dipahami.

Hasil

Sebagian besar UMKM yang ada di Indonesia, merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4

juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini.

Pembahasan

Saat ini total UMKM sebanyak 20.852 UMKM. UMKM mempunyai potensi basis ekonomi yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar (Dinas Koperasi dan UMKM Binjai, 2022). Untuk mengetahui dan menganalisis peran UMKM dalam meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi di Kota Binjai Peran UMKM terhadap Perekonomian di Indonesia UMKM merupakan bagian penting dari perekonomian negara karena telah memberikan kontribusi yang besar dalam mendorong perekonomian, antara lain kontribusinya dalam membuka kesempatan kerja baru sebagai pemacu pertumbuhan ekonomi dan sebagai sumber inovasi. Eksistensi dan peran UMKM harus dipelihara dan dijaga kesinambungannya dalam membentuk perekonomian yang tangguh. Namun banyak perkembangan UMKM masih terbatas pada modal sehingga perlu adanya pembiayaan untuk mendukung perkembangan tersebut.

UMKM yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini.

Pengembangan UMKM merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah daerah dan masyarakat dalam rangka memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengembangan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Binjai sebagai satu kesatuan dalam upaya meningkatkan perekonomian daerah dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Adapun strategi pengembangan UMKM yang telah dilakukan di Kota Binjai, antara lain: 1. Adanya Program e-warung dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Binjai untuk mendukung pemasaran produk-produk UMKM yang ada di Kota Binjai. 2. Adanya program pendampingan untuk pelaku usaha UMKM di Kota Binjai setiap tahunnya berupa pelatihan dan bantuan baik untuk peralatan dan permodalan. Kegiatan UMKM berkontribusi dalam memberikan lapangan kerja, dan memegang peranan penting dalam perekonomian Kota Binjai. Jumlah usaha di Kota Binjai pada tahun 2016 berjumlah 20.852 perusahaan atau sekitar 2,23% dari total usaha di Provinsi Sumatera Utara. Jumlah usaha tersebut jika dibandingkan dengan jumlah usaha tahun 2006 (sekitar 23.400 unit usaha) mengalami peningkatan sebesar 12,39%.

Berdasarkan hasil Sensus Ekonomi tahun 2021, jumlah usaha mikro dan kecil (UMK) di Kota Binjai mencapai 25.908 unit usaha dan usaha menengah besar (UMB) mencapai 369 unit usaha.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Saat ini total UMKM di Kota Binjai sebanyak 20.852 UMKM. UMKM mempunyai potensi basis ekonomi yang kuat karena jumlah UMKM yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar 2. UMKM Kota Binjai belum mampu meningkatkan pendapatan daerah Kota Binjai, karena pendapatan masyarakat yang dilihat dari pengeluaran masyarakat per kapita masih rendah.

Ucapan Terima Kasih (opsional)

Dalam penelitian ini, banyak pihak yang telah membantu, baik berupa dorongan dan bimbingan baik secara moral maupun materi, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pimpinan dan dosen STMIK Kaputama yang telah memberikan kesempatan dan waktu bagi penulis untuk mengumpulkan data dan mendapatkan informasi sehubungan dengan kebutuhan penelitian ini dan kepada Bapak/Ibu pelaku UMKM Kota Binjai yang telah bersedia memberikan waktu dan keterangan bagi penulis untuk mengumpulkan data dan mendapatkan informasi sehubungan dengan kebutuhan penelitian ini.

Referensi

- Kementerian Koperasi dan UKM. 2021. “Potensi UMKM Mendorong Pembangunan Ekonomi Di Indonesia.” LInk UMKM. Retrieved January 10, 2022 (<https://linkumkm.id/news/detail/11150/potensi-umkm-mendorongpembangunan-ekonomi-di-indonesia>).
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2022. “Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia.” Kementerian Koperasi Dan UKM. Retrieved January 11, 2022 (<http://umkm.depkop.go.id/>).
- Adam, A., Abidin Umar, Z., & Niode, I. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 557–567.
- Aryansah, J. E., Mirani, D., & Martina. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Semnas AVoER XII 2020 Palembang*, November, 323–329.
- Azizah, N. 2021. Lima Permasalahan UMKM di Indonesia. <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/zNPZz5Vk-limapermasalahan-umkm-indonesia> (diakses tanggal 10 Maret 2021).
- Badan Pusat Statistik. 2008. Usaha Mikro Kecil. [//www.bps.go.id/Subjek/view/id/35#subjekViewTab1](http://www.bps.go.id/Subjek/view/id/35#subjekViewTab1) (diakses tanggal 10 Maret 2021).
- Binjai, D. I. K. (2023). Analisis peran umkm dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di kota Binjai.
- Burhanudin, & Nugroho, W. A. (2023). Efek Kompensasi, Gaya Kepemimpinan , dan Motivasi Pada Pendahuluan. 7(2), 190–201. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica>
- Darojat, O., & Sumiyati, S. (2015). Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/ Entrepreneurship. *Pendidikan Kewirausahaan*, 9, nomor 2(volume 9, nomor 2, agustus 2016), 1–53. <http://www.smkalahdi.sch.id/pdfupload/MODUL KEWIRAUSAHAAN.pdf>
- Djatmiko, A., & Pudyastiwi, E. (2020). Hambatan dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(1), 35–46. (ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP/article/view/23548/14372)
- Febriansyah, R. Y., & Prabowo, F. S. A. (2023). PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN DAN ADOPSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat Tahun 2021 Sektor Kuliner). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.1-10>

Fichter, K. (2005). *Interpreneurship. Ökologisches Wirtschaften - Fachzeitschrift*, 20(2), 5–22. <https://doi.org/10.14512/oew.v20i2.389>

Firdaus, R. (2021). Strategi Bertahan Dan Promosi UMKM Dimasa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Batik Melayu Pinang Sirih Kota Pangkalpinang). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 7(1), 102–114.

Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87–95.

Handoko, G. F., & Maryatmo, R. (2022). Strategi Bertahan Dan Bersaing Pada Usaha Mikro Dan Kecil Kedai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang Tahun 2020. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 5(1), 26–44. <https://doi.org/10.24167/jemap.v5i1.4163>

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol. 10 No.1, 89-98.

Imam Pamungkas Walton, & Nurmandi, A. (2021). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2(2), 154–168. <https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>

Istianingsih. (2019). *Kewirausahaan Buku Ajar Untuk Mahasiswa*. <https://www.tribudhipelitaindonesia.net>

Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung

Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *FokBis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* Vol. 19 No. 1, 76-86

Syarfan, L. O. (2023). *Dasar-Dasar Kewirausahaan* Penerbit Cv. Eureka Media Aksara.