

“Strategi Bertahan UMKM Dalam Menghadapi Masa Pandemi Covid-19” (studi kasus Bintang² Burger).

Efni Yulia Santri Harahap¹ Nabila Ramadhani² Nurita Maha³ Sella Fauziati Harlina⁴ Muhammad Taufik Azhari, M.Pd⁵

Email: Santrihp@icloud.com¹ Nabilaramadhani721@gmail.com²
Mahanurita123@gmail.com³ sellafauziatisella@gmail.com⁴

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 saat ini sedang melanda dunia, termasuk Indonesia. Untuk memerangi infeksi ini secara efektif, yang memiliki mata rantai dalam rantai distribusi, masyarakat umum harus berdiam diri di rumah. Ini adalah akibat dari ketidakstabilan ekonomi, dan contoh yang paling menonjol adalah UMKM. Untuk terus memajukan bisnisnya di tengah ketidakpastian ini, UMKM membutuhkan strategi jangka panjang. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan bahasa eksploratif dengan teknik observasional partisipatif. Temuan penelitian ini merekomendasikan agar UMKM menerapkan strategi komprehensif yang meliputi melakukan transaksi e-commerce, melakukan kampanye pemasaran digital, meningkatkan kualitas produk dan layanannya, dan memaksimalkan hubungan pelanggannya. Hasil kajian tersebut harus dipahami dan diadopsi oleh mahasiswa UMKM, dan diharapkan mereka bertanggung jawab penuh dan mau menyesuaikan perilakunya dalam merespon perubahan lingkungan sehingga dapat terus berdiri.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic is now affecting the world, including Indonesia. To effectively combat this infection, which has a link in the distribution chain, the general population must recite the Muslim pledge of allegiance. This is a result of economic instability, and the most prominent example of this is UMKM. To continue advancing its business in this environment of uncertainty, MSME needs a long-term strategy. The methodology used in this study is qualitative analysis using exploratory language using participatory observational techniques. The findings of this study recommend that UMKM implement a comprehensive strategy that includes conducting e-commerce transactions, conducting digital marketing campaigns, improving the quality of its products and services, and maximizing its customer relationships. The results of the study should be understood and adopted by MSME students, and it is hoped that they will be fully responsible and willing to adjust their behavior in response to environmental changes so that they can continue to stand.

Keywords: Strategy, Covid-19 Pandemic, MSME

PENDAHULUAN

Dunia sedang mengalami resesi pada saat wabah Covid-19, dan banyak pebisnis melihat pendapatan mereka turun. Karena masalah ini, konsumen mungkin cenderung tidak melakukan pembelian, yang dapat mengakibatkan penurunan tingkat penjualan, omset, dan pendapatan. Setiap perspektif ini dapat mengakibatkan masalah bagi sektor bisnis.

Untuk dapat bersaing, setiap pelaku bisnis di Indonesia harus mengembangkan konsep-konsep inovatif yang akan menarik perhatian pelanggan secara positif. Akibatnya, baik pebisnis maupun pelanggan tidak akan menderita. Inovasi individu merupakan representasi dari upaya pengusaha dan harus dipandang sebagai pembangunan dan visi ekonomi bangsa. Saat ini, Indonesia sedang bergelut dengan segudang masalah ekonomi. Jumlah perusahaan yang mengalami kesulitan menemukan klien yang cukup merupakan indikasi dari hal ini.

Masyarakat Indonesia sudah mengetahui ketika Covid-19 masuk ke negara Indonesia bahwa perekonomian di negara tercinta Indonesia ini sedang tidak baik-baik saja, seperti yang dijelaskan di berbagai media Indonesia. Beberapa asumsi dan anggapan telah dibuat di seluruh negeri, terutama di bidang ekonomi. Asumsi dan anggapan ini adalah hasil dari banyak masalah, yang memaksa pebisnis untuk memikirkan kembali metode mereka untuk menghilangkan ide-ide usang. Publik. Masyarakat Indonesia sudah mengetahui ketika Covid-19 masuk ke negara Indonesia bahwa perekonomian di negara tercinta Indonesia ini sedang tidak baik-baik saja, seperti yang dijelaskan di berbagai media Indonesia. Berbagai jenis masalah agar terhindar dari pemikiran-pemikiran kuno masyarakat.

Di kota Medan, Tepatnya di Jl. Garuda 1 perumnas mandala terdapat sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dikenal dengan nama "bintang berger". Usaha ini berdiri berdasarkan kebutuhan konsumen akan kuliner favorit masyarakat umum yang dijual pada siang dan malam hari. Usaha ini memiliki bebbagai parian yang dijual mulai dari roto bakar, berger, jus dllnya. Dengan memiliki rasa yang khas dan unik yang jarang ditemukan didaerah lain, usaha ini tersebut sangat diminati masyarakat di Kawasan medan.

Pelaku usaha terkena dampak langsung dari kondisi pandemi dimana Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Indonesia (PPKM) menyebabkan aktivitas masyarakat terhambat atau terganggu karena banyaknya larangan pemerintah yang membatasi ruang dan jarak bagi masyarakat untuk beraktivitas di seluruh Indonesia. Sebagai pemilik perusahaan burger star, Pak Andi terkena dampak langsung dalam skala mikro, kecil, dan menengah.

Penurunan penjualan dan kepercayaan konsumen juga berdampak signifikan terhadap bisnis UMKM, oleh karena itu relationship marketing atau pelaku usaha lainnya perlu membangun kepercayaan dan itikad baik dengan pelanggan. Pemasaran relasional adalah filosofi bisnis yang berfokus pada menjaga hubungan baik dengan klien saat ini dan mengembangkan hubungan yang erat dan saling menguntungkan dengan pelanggan untuk menghasilkan bisnis yang berulang dan menumbuhkan loyalitas pelanggan (Kotler, Philip dan Armstrong, 2012) Pemasaran koneksi pelanggan memiliki dampak terhadap kinerja pemasaran, meskipun menurut penelitian tidak terlalu penting (Hardilawati, 2019). Hal ini terjadi sebagai akibat dari ketidakmampuan UMKM yang berkelanjutan untuk sepenuhnya memahami atau menerapkan pemasaran relasional. Relationship marketing yang lebih terarah dan efektif diharapkan dapat mendukung UMKM bertahan dan berdaya saing tinggi. Studi ini berusaha untuk menentukan apa yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk terus beroperasi dalam menghadapi Pandemi COVID-19 yang telah mempengaruhi seluruh planet. Kajian ini bermaksud menjelaskan dan menguraikan strategi bertahan hidup yang harus dilakukan pelaku UMKM agar tetap eksis dan meningkatkan kapasitasnya dalam merespon perubahan lingkungan ekonomi, khususnya di masa pandemi Covid-19.

Setelah beberapa kali berbincang dan wawancara dengan Pak Andi, seorang narasumber yang menjalankan perusahaan catering, tentang dampak pandemi Covid-19 bagi para pebisnis, saya mendapatkan banyak informasi berguna tentang menjalankan bisnis sambil menghadapi pandemi, mulai dari segala hal. masalah yang mungkin timbul dan cara penanganannya. mengembangkan inovasi strategi pemasaran terbaru. Oleh karena itu, kami memilih istilah "Strategi Kelangsungan Hidup UMKM dalam Menghadapi Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Burger Bintang)"

LANDASAN TEORI

Pengertian Strategi

Pengertian strategos berasal dari istilah Yunani, yang berarti umum, adalah di mana kata strategi berasal dari. Oleh karena itu, arti harfiah dari kata "strategi" adalah "Seni dan Umum". Frasa ini menggambarkan apa yang paling menjadi fokus manajemen puncak organisasi. Secara lebih rinci, strategi adalah di mana misi perusahaan ditempatkan, menetapkan tujuan organisasi dengan menggabungkan kekuatan internal dan eksternal, mengembangkan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai tujuan, dan memastikan implementasinya yang tepat, semua untuk mencapai tujuan dan sasaran utama organisasi.

Strategi adalah metode komprehensif yang membahas konsepsi, persiapan, dan pelaksanaan suatu kegiatan selama jangka waktu tertentu. Strategi yang sukses melibatkan koordinasi tim kerja, mengidentifikasi variabel yang mendukung implementasi ide yang rasional, penggunaan dana yang efektif, dan penggunaan taktik untuk mencapai tujuan.

Tindakan umum organisasi akan ditampilkan dalam strategi. Proposal ini penting dan dalam skema yang lebih besar. Setiap organisasi harus mencapai tujuannya. Proposal ini penting dan dalam skema yang lebih besar. Setiap bisnis yang dijalankan dengan baik memiliki rencana, bahkan jika itu tidak ditentukan dalam pernyataan misi.

Beberapa definisi akan dibahas sehubungan dengan definisi strategi berikut ini: Alfred Chandler mendefinisikan strategi sebagai proses mengidentifikasi tujuan, memilih tindakan, dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Kenneth Andrew mendefinisikan strategi sebagai pola kebijakan dan rencana tujuan, sasaran, dan sasaran. Bisnis yang akan diikuti dan jenis organisasi yang akan dibentuk keduanya ditentukan dalam rencana penting untuk mencapai tujuan itu. Menurut Buzzel dan Gale, strategi mengacu pada pedoman dan pilihan mendasar yang digunakan manajemen dan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Biasanya, keputusan dan kebijakan ini melibatkan sumber daya yang signifikan dan tidak dapat dengan mudah diubah.

Pengertian UMKM

Secara umum, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah perusahaan yang memproduksi barang dan menyediakan layanan berdasarkan penggunaan bahan baku lokal, sumber daya alam, dan kreasi seni tradisional. 20 Usaha Kecil dan Menengah UMKM adalah usaha kecil, mandiri, swasembada yang dijalankan oleh orang atau usaha di semua sektor ekonomi. Secara umum, nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), pendapatan tahunan rata-rata, atau jumlah karyawan tetap digunakan untuk membedakan antara Usaha Mikro (UMi), Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM). Pengertian UMKM menurut Rudjito adalah perusahaan yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Menurut Ina Primiana, pengertian UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu; Industri manufaktur, Agribisnis, Bisnis kelautan dan Sumber daya manusia.

Berikut masing-masing pengertian UMKM dan Kriteriannya:

- a. Usaha Mikro: Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp. 50.000.000 dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp.300.000.000.
- b. Usaha Kecil: Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp. 50.000.000 dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp. 500.000.000. hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp. 300.000.000 sampai paling banyak Rp. 2,5 000.000.000.
- c. Usaha Menengah: Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha 18 mencapai lebih dari Rp. 500.000.000 hingga Rp.10.000.000.000 dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunnya mencapai Rp.2,5.000.000 Milyar sampai Rp. 50.000.000.000

Pengertian Pandemi Covid-19

KBBI mendefinisikan pandemi sebagai epidemi yang menyebar secara bersamaan di seluruh dunia dan mempengaruhi wilayah geografis yang cukup besar. Wabah penyakit menular yang memenuhi syarat sebagai pandemi adalah wabah yang memiliki garis infeksi berkelanjutan. Oleh karena itu, masih akan dianggap sebagai pandemi jika kasus muncul di banyak negara selain tempat asal.

Varietas baru dari coronavirus yang disebut sars-Cov-2, yang awalnya ditemukan di Wuhan, Cina, bertanggung jawab atas penyakit yang dikenal sebagai Covid-19 (Coronavirus Disease 2019). Virus yang membahayakan tubuh manusia. Richard Sutejo, seorang ahli virologi, mengklaim bahwa virus corona penyebab Covid-19 adalah bentuk virus tertentu yang sering menyerang sistem pernapasan.

Pandemi COVID-19 sebagaimana didefinisikan dalam situs web Inspektorat Jenderal Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan adalah wabah yang terjadi secara serentak di mana-mana dan menyebar di wilayah geografis yang luas. Penyakit menular (epidemi) yang menyebar di hampir semua negara atau benua dan biasanya mempengaruhi populasi yang besar disebut sebagai pandemi.

Perbaikan Kualitas Produk Dan Pelayanan

Konsumen semakin berhati-hati dalam menggunakan barang dan jasa di masa Pandemi Covid-19 saat ini, dan ketidakpercayaan konsumen terhadap barang dan jasa yang dipasok oleh pelaku usaha semakin meningkat. Selain itu, jumlah transaksi yang dilakukan oleh pelanggan yang frustrasi dengan pembelian mereka—terutama yang jangka panjang—meningkat secara signifikan. Karena itu, pemilik bisnis harus meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan secara aktif melibatkan konsumen dalam diskusi mengenai kualitas produk.

Menurut penelitian (Lestari & R, 2019) dan (Tripayana & Pramono, 2020), peningkatan kualitas produk dan layanan memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan dalam menentukan kebahagiaan klien dan menumbuhkan loyalitas pelanggan bagi pelaku UMKM. Karena itu, pelaku komersial di masa pandemi COVID-19 harus fokus pada parameter kualitas produk.

(2012) Kotler, Philip, dan Armstrong Oleh karena itu, sangat penting bagi UMKM untuk terus meningkatkan kualitas produk dengan memodifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. (1) Kinerja produk, atau seberapa baik produk dapat diukur, adalah salah satu dari delapan dimensi yang dicantumkan oleh (Garvin, 1998) untuk menetapkan kualitas produk. (2) Karakteristik atau fitur tambahan yang melengkapi dan meningkatkan fungsionalitas produk. (3) Keandalan produk, atau kapasitasnya untuk menahan perubahan potensial dalam lingkungan komersial dari waktu ke waktu. (4) Kesesuaian, atau seberapa baik produk sesuai dengan norma industri saat ini. (5) Daya tahan produk, termasuk daya tahan ekonomi dan teknologi. (6) kesederhanaan perbaikan produk, jika ada masalah yang dapat diperbaiki produk yaitu bagaimana produk dilihat, didengar atau dirasakan. (8) persepsi terhadap kualitas produk yang mencakup reputasi merek dan faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah penelitian kualitatif deskriptif adalah metode dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Setelah melakukan observasi dan wawancara, peneliti merangkum dan menjelaskan keadaan yang terjadi. Berbeda dengan pendekatan penelitian kuantitatif yang mengandalkan analisis statistik atau teknik kuantifikasi lainnya, penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa pernyataan kata demi kata atau rekaman yang dibuat oleh subjek dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian yang menggunakan potongan-potongan data untuk memberikan rangkuman umum penyajiannya disebut penelitian deskriptif. Naskah, wawancara, catatan, foto, dokumen pribadi, dan dokumen formal lainnya semuanya dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Laporan penelitian dibuat dengan memeriksa data dan menanyakan mengapa, alasan apa, dan bagaimana terjadinya akan senantiasa dimanfaatkan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. Keuntungan

Keuntungan	Jumlah	Margin(%)
Sebelum Covid	75	75,0
Sesudah Covid	25	25,0
Jumlah	100	100 %

Tabel 2. Pembelian

Pembelian	Jumlah	Margin(%)
Pembelian Langsung sebelum covid	60	60,0
Pembelian covid sesudah covid	40	40,0
Jumlah	100	100%

Tabel 3. Penggunaan Aplikasi

Penggunaan Aplikasi	Jumlah	Margin(%)
Penggunaan Aplikasi sebelum covid	35	35,0
Penggunaan Aplikasi sesudah covid	65	65,0
Jumlah	100	100%

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti bahwa perolehan keuntungan yang yang diperoleh UMKM Bintang Burger kota Medan sebelum covid 19 lebih menguntungkan dibandingkan dengan sesudah covid 19, yang mana dapat dilihat dari tabel diatas bahwa menunjukkan perolehan keuntungan sebelum covid 19 sebesar 75% sedangkan sesudah covid 19 sebesar 25%. Dapat disimpulkan bahwa covid 19 menyebabkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap UMKM Bintang Burger Medan yang diakibatkan karena adanya PPKM yang terkadang harus menghentikan kegiatan usaha untuk sementara waktu selama pandemi dikarenakan terkait penurunan daya beli, pangsa pasar yang sepi dan kendala-kendala lain dalam proses produksi dan distribusi.

Dan juga dilihat dari segi pembelian bahwa pembelian yang dilakukan secara langsung yang dilakukan sebelum covid itu lebih besar dibandingkan dengan pembelian yang dilakukan sesudah covid, yang mana pada tabel tersebut menunjukkan bahwa lebih besar tingkat pembelian yang dilakukan pada saat sebelum covid 19 yaitu sebesar 60 sedangkan sesudah covid sebesar 40. Nah dari hal tersebut bahwa UMKM Bintang Burger kota Medan lebih tinggi tingkat pembelian yang dilakukan sebelum covid dibandingkan sesudah covid, yang menyebabkan krisis ekonomi dikarenakan PPKM dan banyak orang dirumahkan akibat adanya covid 19.

Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam penggunaan aplikasi yang digunakan pada saat covid 19 lebih tinggi sesudah covid dibandingkan dengan penggunaan aplikasi sebelum covid yang mana dikarenakan pemerlakuan PPKM oleh pemerintah untuk tetap jaga jarak dan mematuhi protocol yang ada.

Tabel 4. Daftar pertanyaan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana cara pelanggan membeli produk disaat pandemi covid 19 ?	Adapun cara pelanggan membeli produk pada saat pandemi adalah dengan cara menggunakan grabfood/gofood untuk menghindari

		covid 19 dan menjaga jarak dari yg lain
2	Apakah keuangan yang bapak alami pada masa pandemi covid 19 stabil atau malah menurun?	Kalau untuk keuangan ya pasti agak sedikit menurun sebelum adanya covid, tapi penurunan nya tidak terlalu terlihat
3	Bagaimana kondisi keuntungan dan kerugian saat pandemi covid 19	Kondisi nya saat itu tidak terlalu signifikan yang artinya, kerugian nya gk nampak kali lah karena masih adanya cara lain untuk membeli produk , bisa melalui online
4	Lebih banyak mana orang yang membeli secara langsung atau melalui aplikasi pada masa pandemi covid 19	Kalau saat covid, lebih banyak mesan melalui aplikasi untuk menghindari keramaian dan penyebaran virus
5	Apakah bapak juga menyediakan protokol kesehatan untuk pelanggan yang langsung datang atau kurir yang memesan makanan?	Setiap orang yang berbelanja disini, saya lihat selalu menggunakan masker saat pandemi covid dan untuk penyediaan protokol kesehatan kami memberi batasan antara pembeli dan penjual agak tidak terlalu dekat dan kami juga menyediakan alat pencuci tangan
6	Apakah bapak meningkatkan pelayanan dan kualitas produk agar pelanggan bapak tidak lari?	Kalau misalnya pelayanan dan kualitas produk iya, dengan cara menambahkan beberapa varian menu agar konsumen tertarik untuk membeli varian baru tersebut, dan kalau untuk pelayanan, kami selalu ramah kepada pembeli

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada pemilik yaitu bapak andi mengenai Strategi Bertahan dimasa pandemi bintang burger pandemi Covid-19 di Jl. Garuda 1 perumnas mandala Tahun 2022 dapat disimpulkan bahwa: Adapun cara pelanggan membeli produk pada saat pandemi adalah dengan cara menggunakan grabfood/gofood untuk menghindari covid 19 dan menjaga jarak dari yg lain .Setiap orang yang berbelanja disini, saya lihat selalu menggunakan masker saat pandemi covid dan untuk penyediaan protokol kesehatan kami memberi batasan antara pembeli dan penjual agak tidak terlalu dekat. Yang mana UMKM bintang burger mengalami penurunan permintaan pada penjualan usaha serta bahan baku yang mahal akibat pandemi Covid-19.

Berdasarkan hasil penelitian, wabah Covid-19 menyebabkan 75% pelaku usaha di Kota Medan menjalankan usahanya dengan menjual produk yang sama, sedangkan 25% pelaku usaha lainnya menjalankan usahanya dengan menawarkan varian produk untuk menarik pelanggan dan mendorong omzet penjualan. UKM Burger Star di Kota Medan menerapkan sejumlah taktik terkait tenaga kerja untuk tetap beroperasi di tengah wabah Covid-19.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan pendekatan menyeluruh yang terkait dengan konsep, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kerangka waktu tertentu, maka strategi yang diterapkan adalah peningkatan kualitas dan pelayanan, sesuai dengan temuan kajian yang telah dilakukan. dan strategi yang diterapkan berfokus pada mengidentifikasi variabel yang berkontribusi sejalan dengan gagasan

pendanaan yang efisien, memiliki metode untuk mencapai tujuan dengan sukses, dan koordinasi tim kerja.

Usaha bintang ini membuat varian baru untuk memikat lebih banyak para pelanggan dan dengan cara pelanggan membeli produk pada saat pandemi adalah dengan cara menggunakan grabfood/gofood untuk menghindari covid 19 dan menjaga jarak dari yg lain. Setiap orang yang berbelanja disini, saya lihat selalu menggunakan masker saat pandemi covid dan untuk penyediaan protokol kesehatan kami memberi batasan antara pembeli dan penjual agak tidak terlalu dekat.

Saran yang dari peneliti kepada usaha bintang berger agar dapat bisa mempertahankan usahanya apalagi dimasa pandemi covid-19 ini yang dimana banyak juga para pelaku usaha umkm terjebak dalamnya karnaa menurunnya pemebel,keuntungan dan pemebelian. Untuk itu diharapkan kepada para pelaku usaha agar bisa bertahan di masa pandemi covid-19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

Fadilla Azhari, M. K. (2018). Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Rumah Makan Padang) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 59 No. 1.

Fatimah, F., (2018), Strategi Kreatif UMKM Kerajinan Tangan Di Era Digital Pada Wilayah Kabupaten Jember. Jurnal Unmuh Ember Prosiding Ekonomi Kreatif di Era Digital Vol 1, No 1, Jember.

Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. Journal of Business and Entrepreneurship Vol. 2 No.2, 83-92.

Hanum, A. N., & Sinararsi, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM (studi kasus UMKM di wilayah kota Semarang). Vol. 1 No. 1, 1-15.

Hamid Edy Suandi dan Susilo Y. Sri . (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Volume 12, Nomor 1, Juni 2011, hlm.45-55

Hadiwardoyo, W., (2020), Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. Journal of Business and Entrepreneurship, Vol 2, No 2, April 2020, Jakarta.

- A. manajemen, serta melatih penulis dalam menulis laporan mini riset. Penelitian ini juga
- B. bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen dan lingkungan organisasi di
- C. perusahaan PT Gunung Hijau Megah.
- D. Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pengantar
- E. manajemen, serta melatih penulis dalam menulis laporan mini riset. Penelitian ini juga
- F. bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen dan lingkungan organisasi di
- G. perusahaan PT Gunung Hijau Megah.
- H. Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pengantar
- I. manajemen, serta melatih penulis dalam menulis laporan mini riset. Penelitian ini juga
- J. bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen dan lingkungan organisasi di
- K. perusahaan PT Gunung Hijau Me