

Ketahanan Usaha Selama Pandemi COVID 19 Pada UMKM di Surabaya

Rian Melianti¹, Erna Ferrinadewi²

¹Prodi Manajemen, Universitas Widya Kartika, Surabaya, Indonesia, mellyrian00@gmail.com

²Universitas Widya Kartika, Surabaya, Indonesia, ferrinadewi@gmail.com

ABSTRACT

The Covid 19 pandemic which lasted 2 years has had a real impact on the Indonesian economy. Many businesses went out of business due to the Social Distance policy and the obligation to stay at home, and of course unemployment due to layoffs occurred a lot. MSMEs as one of the pillars of the economy are able to survive and even become one of the sectors that can be relied upon for economic recovery. This study aims to describe the phenomenon of MSME business resilience during the Covid pandemic, what are the sources of business resilience. Involving 5 resource persons of MSME owners with an average turnover of up to Rp. 7,000,000 per month, this qualitative research succeeded in finding 5 sources of business resilience, namely (1) Strong business motivation from MSME owners to consistently trade, (2) Understanding of MSME actors towards their customers, (3) Creativity and service innovation. (4) Good relationships with customers and (5) The use of social media for sales activities during the pandemic is an effort by MSME players to continue to follow health protocols and simultaneously serve consumers with quality products.

Keywords: Ketahanan Usaha, Pandemi, UMKM

1. LATAR BELAKANG

Meluasnya penyebaran Covid-19 membuat pemerintah terpaksa melakukan kebijakan pemberantasan dan pengendalian sosial yang berjangkauan luas. Di mana bisnis paling terpuak oleh meluasnya dan tingkat komitmen pengangguran telah meningkat, peningkatan terbesar dalam pengangguran di wilayah Asia-Pasifik pada dasarnya berasal dari pekerja lepas. bangun. Akibatnya, pengaturan tersebut mengganggu kegiatan ekonomi dan sosial, yang pada gilirannya menyebabkan gangguan ekonomi secara keseluruhan, termasuk gangguan pada kinerja tenaga kerja dan tingkat gaji. lebih rendah dari buruh di semua daerah.

Pergerakan keuangan yang terganggu oleh tindakan penguncian teritorial untuk menghindari penyebaran infeksi telah memaksa banyak bisnis tutup dan bangkrut, menyebabkan berkurangnya jumlah pekerja dan pemotongan massal, termasuk jutaan pekerja berbakat berupah rendah. Gejala penyebaran Covid-19 telah menyebabkan kejutan finansial di seluruh dunia. Penggunaan pengurangan, pemindahan sosial dan tetap pada pendekatan rumah tangga yang harus dilakukan oleh para perintis dunia untuk mengendalikan penyebaran virus ini, pada akhirnya berubah menjadi pendekatan yang tidak menyenangkan, menyebabkan dunia perdagangan runtuh dan merusak kelangsungan hidup banyak perusahaan imajinatif, menyebabkan darurat anggaran global.

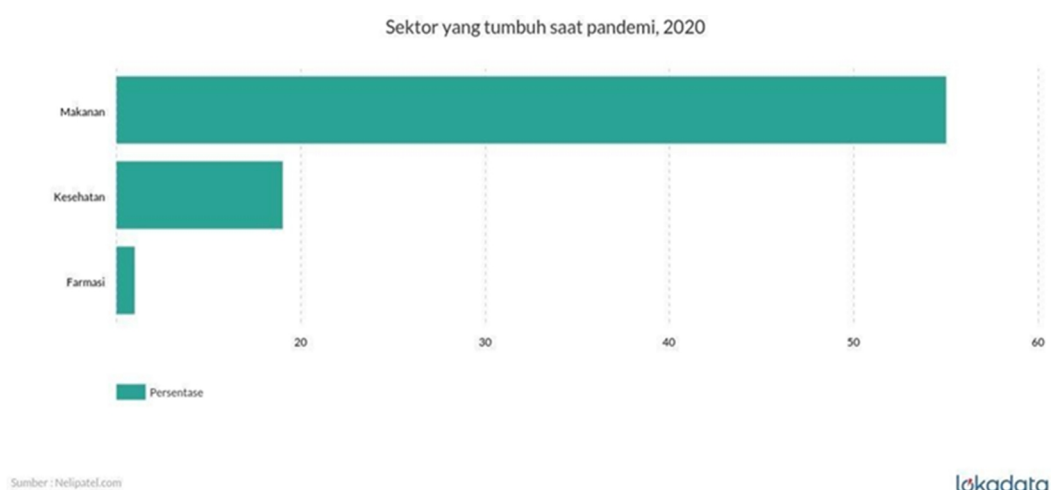
Merpati upah dan ratusan UMKM memang menutup usahanya setelah pemerintah secara resmi menyatakan bahwa individu harus bekerja dari rumah, menutup utilitas dan mewajibkan semua orang untuk memakai cadar. dan melakukan pemisahan sosial, memang hingga

pertengahan Mei 2020, pemerintah melaksanakan PSBB (Penskalaan Pembatasan Sosial). Besar) di Jawa Timur, khususnya di Surabaya, meskipun pendekatan ini dipertanyakan, untuk alasan keamanan dan untuk mengendalikan penyebaran infeksi, beberapa daerah telah menjadi bantuan komersial. pertukaran harus ditutup. Biasanya yang membuat UMKM dan pelaku usaha kecil, khususnya di kota-kota lain menerapkan PSBB, serta denda dan sanksi pidana seperti Surabaya, Sidoarjo dan Gresik, khususnya pengusaha kecil, lumpuh dan bangkrut.

Sebagian besar UMKM (82,9%) merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya sebagian kecil (5,9%) yang mengalami pertumbuhan positif. Hasil survei dari beberapa lembaga (BPS, Bappenas, dan Bank Dunia) menunjukkan bahwa pandemi ini membuat banyak UMKM kesulitan membayar utang dan membayar gaji listrik, gas, dan pegawai. Beberapa dari mereka harus dipecah. Hambatan lain yang dihadapi UMKM antara lain kesulitan mendapatkan bahan baku, permodalan, pelanggan yang sedikit, serta terhambatnya produksi dan distribusi

Sebesar (82.9%) UMKM yang ada merasakan pengaruh yang signifikan ke arah negatif dikarenakan adanya pandemi, serta diketahui hanya terdapat beberapa UMKM yang mengalami (5.9%) pertumbuhan positif. Hal tersebut diketahui dari beberapa lembaga survei yang ada seperti (BPS, Bappenas dan Bank Dunia) dengan adanya hal tersebut menandakan bahwa pandemi covid-19 membuat banyak UMKM yang merasa sangat terpengaruh dikarenakan turunnya omset yang berkaitan dengan adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang dilakukan di beberapa kota dan daerah sehingga menyebabkan para pedagang dilarang untuk membuka usahanya, sehingga hal ini juga akhirnya menjadi penghambat produksi dan distribusi yang ada, selain itu dengan adanya penutupan dan pembatasan tersebut menjadikan para pelaku UMKM kesulitan dalam membayar gaji karyawan, biaya utilitas hingga tanggungan hutang dagang mereka. (<https://ekon.go.id/info-sektoral/15/357/berita-dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>)

Berdasarkan data yang berhasil dihimpun melalui survei UMKM tahunan yang diselenggarakan tahun 2019, dapat diperoleh data yaitu mayoritas UMKM terdapat di Pulau Jawa dengan besar prosentase yaitu 62.6% atau berada di angka 4,3 juta. Menurut data tersebut diketahui bahwa Jawa Timur dan Jawa Barat merupakan provinsi dengan pelaku UMKM terbanyak, yaitu lebih dari 500.000 pelaku UMKM. Hal ini merupakan angka yang cukup besar jika dibandingkan dengan provinsi lain seperti Maluku dan Papua. Yang hanya mencatatkan pelaku UMKM kurang dari 30.000 pelaku UMKM. (<https://ekon.go.id/info-sektoral/15/357/berita-dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>)



Di masa pandemi, pelaku UKM yang tumbuh paling cepat adalah di sektor pangan sebanyak 55 (www.lokadata.beritagar.id/2020). Kuatnya pertumbuhan UMKM berpotensi menyerap tenaga kerja sebagai solusi atas pemutusan hubungan kerja (PHK) yang terjadi di perusahaan besar.

Berdasarkan latar belakang di atas, kami sangat menyadari pentingnya peran UMKM dalam pemulihan ekonomi yang terdampak Covid-19, sehingga ketahanan UMKM menjadi hal yang perlu dikaji secara mendalam, bagaimana ketahanan usaha di masa Covid Pandemi bagi UMKM di Surabaya?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Definisi dari UMKM adalah sebuah perilaku usaha yang dijalankan oleh perorangan atau organisasi usaha yang dalam rangka pembangunan ekonomi Indonesia berperan penting dalam pembangunan perekonomian daerah berdasarkan potensi dan orientasi pasar, penciptaan lapangan kerja baru, dan meningkatkan devisa negara (Rudjito, 2000).), dimiliki oleh warga negara Indonesia (Kwartono, 2000), dan merupakan pilar untuk mendorong pemulihan ekonomi dengan mengembangkan berbagai bidang dan potensi (Primiana, 2000). <https://blog.amartha.com/pengertian-umkm-menurut-ahli-dan-perannya/>.

Merujuk dari UU No. 20 Tahun 2008 UMKM dapat didefinisikan sebagai sebuah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang.

Merujuk data dari Bank Dunia, pelaku usaha UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis berdasarkan banyaknya jumlah pekerja, yaitu:

1. Perdagangan/usaha skala mini adalah perdagangan generasi yang dimiliki oleh orang atau lembaga keuangan perorangan yang memenuhi pedoman perdagangan kecil yang sesuai dengan Undang-Undang ini.
2. Perdagangan/usaha kecil dapat menjadi usaha keuangan yang menguntungkan yang berdiri sendiri, terdiri dari orang atau badan perdagangan terbuka, khususnya cadangan atau non-anak perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, dan entah bagaimana, khususnya atau dengan implikasi, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
3. Perdagangan/usaha menengah dapat berupa perdagangan keuangan otonom berorientasi produksi yang dijalankan oleh orang atau organisasi keuangan. Perusahaan atau karakter ini tidak secara khusus atau secara tidak langsung dimiliki, dikendalikan, atau diklaim oleh cadangan apa pun dari perdagangan besar atau kecil apa pun. Kekayaan bersih atau kesepakatan berlanjut tunduk pada undang-undang ini.

Resiliensi dalam acuan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengandung arti stamina, kualitas, jaminan, keteguhan, dan toleransi. Resiliensi berasal dari kata "perlawanan" yang berarti tidak peduli berapa banyak hal yang Anda lalui, ia tetap dalam keadaan dan posisinya, tidak mudah dirugikan, diubah, salah tempat, atau kabur. Resiliensi dapat dicirikan dalam berbagai cara, pada dasarnya, resiliensi adalah kapasitas kerangka kerja untuk melawan pengaruh yang mengganggu.

Istilah resiliensi atau ketahanan merujuk Van Holk memiliki keunggulan dalam menggambarkan cara mengelola usaha seseorang untuk mengatasi kesulitan hidup, sambil membuat dan mempertahankan kehidupan yang penting dan mampu membantu orang-orang di sekitarnya. Sependapat dengan penelusuran Wiwi Sugiarti (2021), kemenangan dalam hidup adalah arti dari ketahanan. Kekuatan menyiratkan kemampuan untuk berhasil dalam hidup memang dalam lingkungan berisiko tinggi. Fraser dan Grane menemukan bahwa fleksibilitas juga menyiratkan kemampuan untuk pulih secara efektif dari potensi kerugian atau cedera.

Resiliensi atau ketahanan badan usaha untuk bertahan dalam usaha yang dijalankannya, bahkan ketika timbul masalah, mereka selalu berusaha semaksimal mungkin agar dapat bertahan dalam pekerjaan yang digelutinya, baik secara psikis maupun spiritual agar usahanya dapat terus berjalan. Resiliensi menurut penelitian Wiwi Sugiarti (2021) adalah upaya dan kemampuan yang gigih, gigih dari suatu sistem untuk mempertahankan fungsi dan proses kritis meskipun ada

tekanan, untuk melindungi dirinya sendiri dan untuk pulih atau beradaptasi dengan perubahan.

Resilensi terhadap ekonomi merupakan kemampuan dalam mempertahankan perekonomian yang stabil, sehat, dan bergairah serta kemampuan dalam menciptakan perekonomian nasional yang mandiri yang memiliki daya saing pada tingkat global atau dunia, maka dari itu diperlukan kemakmuran yang merata. Resiliensi ekonomi adalah kondisi dimana individu memiliki kehidupan yang dinamis pada perekonomian suatu negara yang meliputi kegigihan termasuk kemampuan mengembangkan kemampuan nasional untuk menghadapi dan mengatasi segala ancaman, hambatan, gangguan, dan tantangan baik langsung maupun tidak langsung dari luar dan dalam negeri untuk menjamin kelangsungan perekonomian dan perekonomian. negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Menurut Bgugli, ketahanan ekonomi adalah kemampuan mengatasi efek yang kurang baik dalam hal pembangunan ekonomi. Merujuk pada Hallegette, resiliensi ekonomi bertujuan untuk memulihkan kerugian produksi, distribusi, dan konsumsi. resiliensi ekonomi dapat dilihat dari perspektif ketidakseimbangan pasar komoditas dan pasar uang, dalam menggunakan kondisi dinamis kesabaran dan kekuatan untuk menghadapi ancaman, hambatan dan tantangan, baik langsung maupun tidak langsung, baik eksternal maupun internal.

Resiliensi ditentukan dalam dua cara: (1) respon terhadap peristiwa yang mengganggu dan perubahan yang tidak terduga dan (2) kemampuan beradaptasi terhadap perubahan dan kemampuan untuk mempertahankan kesinambungan (Sausser, 2018). Menurut penelitian Luh Gede Kusuma Dewi, ketahanan usaha (2021) didefinisikan sebagai kemampuan individu atau organisasi untuk bertahan dari krisis atau pengalaman traumatis dan disruptif, sehingga ketika krisis usai, UMKM justru menjadi lebih tangguh dan berkembang. Lagi. Ketahanan perusahaan dapat tercermin dalam tiga dimensi, yaitu (1) harapan, yaitu kemampuan individu atau organisasi untuk terus melihat peluang, peluang dan masa depan yang lebih baik meskipun saat ini mengalami kesulitan, kegagalan dan kegagalan; (2) pemecahan masalah, yaitu fokus individu atau organisasi untuk tetap mencari solusi atau memecahkan masalah satu per satu, bahkan ketika berada dalam keadaan krisis sama sekali kurang atau sulit, (3) keuletan (persistence), yaitu tingkat individu atau organisasi semangat untuk terus memperbaiki, memperbaiki dan berinovasi meski menghadapi kegagalan yang berulang, (Saputuntura, 2020).

3. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana permasalahan yang dikaji berhubungan dengan berkaitan erat dengan manusia sehingga fenomena ketahanan UMKM di Surabaya selama masa pandemi Covid 19 menjadi lebih dipahami secara holistik (Moleong, 2011:6).

Melibatkan 5 pelaku UMKM yang beroperasi selama masa Pandemi hingga saat penelitian berlangsung di lokasi jalan Mulyosari Surabaya. Narasumber dalam penelitian ini memiliki bidang usaha di bidang makanan dan minuman dengan omzer rata-rata perbulan antara Rp. 600.000 – Rp.. 7.000.000.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam disertai dengan observasi narasumber secara langsung di lokasi usaha. Data yang terkumpul kemudian di dokumentasi dalam bentuk transkrip dan dilakukan analisa konten untuk mendeskripsikan masalah ketahanan usaha selama masa pandemi.

4. PEMBAHASAN

1. Motivasi Berusaha yang Kuat

Berdasarkan beberapa pertimbangan tersebut, mayoritas pelaku UMKM dilatarbelakangi oleh keadaan yang membuat mereka sulit mencari pekerjaan di masa pandemi, ada yang ingin memiliki usaha sendiri untuk memenuhi potensinya, ada juga yang dimotivasi karena bisnis adalah kebutuhan, bahkan dimotivasi oleh pendapatan dan pengeluaran yang mudah didapat, sederhana, pasti dan jelas terlepas dari yang lain. Hafidzi et al (2019: 52) menyatakan bahwa motivasi adalah pemberian insentif yang membangkitkan semangat kerja seseorang sehingga dapat bekerja sama, produktif, dan berintegritas dalam segala usahanya untuk mencapai kepuasan.

Seiring dengan ketahanan usaha di masa pandemi, motivasi pemilik usaha menjadi pendorong yang kuat untuk bertahan di masa pandemi dengan (1) membuka lapangan atau mempekerjakan orang lain, yang menunjukkan keinginan kuat untuk berwiraswasta, (2) menjadi atau memiliki usaha mandiri daripada bergantung pada tempat kerja sebelumnya, (3) keinginan kuat untuk dapat memenuhi kebutuhan keluarga di masa pandemi. Untuk dapat menciptakan lapangan kerja dengan para pelaku UMKM itu sendiri dengan menuju ke ranah yang lebih positif

2. Pemahaman yang Kuat Tentang Pelanggan

UMKM dalam penelitian ini sangat memahami siapa pembelinya dan ini merupakan salah satu kemampuan UMKM untuk bertahan di masa pandemi. Kemampuan UMKM untuk memahami siapa pelanggannya akan menjadi daya tahan dalam situasi pandemi. Pelanggan datang saat pandemi, UMKM saat pandemi lihat siapa yang datang, produk apa saja yang banyak diminati saat pandemi. Produk yang dijual oleh agen UMKM disesuaikan dengan kebutuhan nasabah karena nasabah yang masuk beragam sifatnya dan sesuai variasinya masing-masing. Merujuk pada (Rusydi 2017:3) pelanggan adalah individu yang datang atau biasanya membeli dan menggunakan produk dari produsen.

Dengan demikian, agen UMKM mengantarkan produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau pembeli yang masuk. Salah satu ketangguhan pelaku UMKM atau yang membuat mereka bertahan di masa pandemi adalah mereka terlebih dahulu mengetahui dari mana asal pelanggan kemudian mereka menyediakan produk yang dibutuhkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.

3. Kreatifitas dan Inovasi Layanan selama Pandemi

Menurut beberapa kalangan, badan usaha atau pemilik UMKM berusaha bertahan dari pandemi dengan inisiatif atau ide untuk berbisnis, misalnya yang sudah diterapkan adalah menggunakan air matang hingga es untuk menjaga kebersihan, mereka juga memperdalam pengetahuan pemasaran atau bisnis untuk diterapkan dalam bisnis, menyerap pendapat atau saran orang lain untuk kelangsungan usaha selama pandemi mencoba menarik perhatian pelanggan dengan menurunkan harga barang atau produk yang dijual, seperti promosi kemasan minuman dan makanan ringan.

Seiring dengan ketahanan usaha di masa pandemi, para pelaku UMKM membangun usahanya dengan 1) memiliki inovasi sendiri, setiap pelaku UMKM harus mampu mengembangkan usahanya di tengah pandemi. adegan pandemi. 2) menerima masukan atau pendapat dari pihak lain untuk mendukung kelangsungan usaha. 3) tumbuh karena melihat lingkungan bisnis. 4) meningkatkan promosi.

4. Relasi dengan Konsumen yang Baik

Dari sejumlah pernyataan informasi yang didapat dari informan mencoba membangun hubungan baik dengan pelanggan dengan cara menarik perhatian pelanggan di masa pandemi. UMKM melakukan promosi dari mulut ke mulut, sekaligus menjaga kebersihan lingkungan UMKM, karena di masa pandemi kebersihan menjadi prioritas utama untuk kenyamanan pelanggan, Melayani pelanggan dengan penuh perhatian, memasang senyum ramah, menambah variasi produk yang dijual dan memperbaiki toko agar memudahkan pembeli untuk melihat, membuat spanduk, dan mempromosikan barang yang diobral dengan menawarkan harga yang tepat.

Soal daya tahan UMKM di masa pandemi, mudah menarik perhatian nasabah. Jika produk yang kita jual atau pelayanan yang kita berikan memuaskan, mereka akan membelinya lagi. itu menawarkan promosi, itu akan membuat pelanggan merasa istimewa, pelanggan akan merasa dihargai, dan menawarkan promosi untuk produk yang sering mereka beli dan dilengkapi dengan informasi yang bagus. pesan singkat dan manis dengan membuat spanduk agar mereka bisa melihat UMKM ini dari jauh. Mengenalkan jenis produk yang dijual dengan bantuan pindahan untuk meningkatkan penjualan.

5. Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Penjualan

Upaya UMKM untuk tetap bertahan di masa pandemi memanfaatkan media sosial yang ada, penjualan menggunakan digital marketing yang memungkinkan pelaku usaha mengikuti protokol kesehatan sekaligus tetap beroperasi meski tidak keluar rumah. Berjualan dengan digital marketing dikaitkan dengan menjaga kualitas produk yang dijual dan kenyamanan bagi pembeli.

Resiliensi dapat didefinisikan sebagai suatu hal yang berkaitan dengan pertahanan, dalam hal ini berkaitan pada fungsi dan proses dalam menghadapi tekanan bahkan stres dengan melakukan penolakan serta pemulihan kemudian dapat adaptasi dengan perubahan yang terjadi. Jika menyangkut ketahanan di masa pandemi, maka pelaku bisnis diuntungkan salah satunya digital marketing.

Setiap pelaku UMKM tentunya memiliki jalannya masing-masing, tergantung dari produk atau bisnis yang mereka pasarkan, salah satunya dengan menerapkan digital marketing. Digitalisasi UMKM merupakan salah satu upaya berkelanjutan pemerintah dalam mengatasi dampak negatif pandemi Covid-19. Setiap UMKM yang ada diharapkan harus dapat mempertimbangkan perkembangan dan kemajuan teknologi salah satunya yaitu dengan merubah lini bisnis mereka yang dahulunya memakai sistem offline, dapat beraling ke dunia digital, sehingga hal ini dapat memajukan produk mereka dengan cara yang lebih maksimal karena dengan menggunakan media digital diharapkan dapat mencapai target pasar yang lebih besar hingga membuka peluang baru untuk dapat memasarkan produk mereka keranah yang lebih luas lagi hingga nasional bahkan internasional.

5. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa terdapat 5 hal yang menjadi sumber ketahanan UMKM di Surabaya selama masa Pandemi usaha terjadi yaitu (1) Motivasi berusaha yang kuat dari Pemilik UMKM untuk secara konsisten berdagang, (2) Pemahaman pelaku UMKM terhadap pelanggannya menjadi sumber utama pekaku UMKM dalam mempertahankan layanan yang tepat, (3) Kreatifitas dan Inovasi layanan selama masa pandemi merupakan perwujudan nyata dari pemahaman pemilik UMKM akan siapa pembelinya. Kreatifitas dan inovasi ini di bentuk sesuai dengan karakteristik pelanggannya. (4) Relasi yang baik dengan pelanggan menjadi sebuah sumber ketahanan usaha yang kuat karena relasi yang baik dengan pelanggan menciptakan

penjualan berulang dan (5) Penggunaan media sosial untuk aktivitas penjual selama masa pandemi merupakan upaya pelaku UMKM terus mengikuti protokol kesehatan dan secara bersamaan dapat melayani konsumen dengan produk yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agytama, Felix. "Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Kantor Bapas Kelas II Klaten." Universitas Widya Dharma Klaten, 2022. [http://repository.unwidha.ac.id:880/2967/1/Felix Fix.pdf](http://repository.unwidha.ac.id:880/2967/1/Felix%20Fix.pdf).
- Dewi, Luh Gede Kusuma. "Mengungkap Strategi Ketahanan Usaha Pengusaha Muda." *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2528–1208 (2021).
- Lisna, Yunita. "Tantangan UMKM Indonesia Di Masa Pandemi Ovid-19." Last modified 2022. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Tantangan-UMKM-Indonesia-di-Masa-Pandemi-Covid-19.aspx>.
- Money, Team. "Pengertian UMKM Menurut Ahli Dan Perannya." Last modified 2022. Accessed April 22, 2023. <https://blog.amartha.com/pengertian-umkm-menurut-ahli-dan-perannya/>.
- Sugiarti, Wiwi. "Ketahanan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kab Luwu Melalui Penguatan Daya Saing Usaha Di Masa Pandemi." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2021. Bab II Landasan Teori." Bina Sarana Informatika (BSI), n.d. https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/257536/File_10-bab-II-landasan-teori.pdf.
- Bab III Metode Penelitian," n.d. [https://eprints.umm.ac.id/54936/4/BAB III.pdf](https://eprints.umm.ac.id/54936/4/BAB%20III.pdf).
- Berita Dukungan Pemerinta Bagi UMKM Agar Pulih Di Masa Pandemi." Accessed April 16, 2023. <https://ekon.go.id/info-sektoral/15/357/berita-dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>.
- Mengenal Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKN)." *TIM Liputan DKIPS*. Last modified 2020. <https://sumbabaratkab.go.id/galleries/mengenal-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkn/#:~:text=Menurut UU No. 20 Tahun,usaha kecil%2C dan usaha menengah>.