

## **Strategi Usaha Konveksi pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Serang**

**Widya Nur Bhakti Pertiwi<sup>1</sup>, Lia Uzliawati<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

### **Abstract**

*In the midst of the rapid development of MSMEs, suddenly MSMEs were hit by a very formidable obstacle, namely the Covid-19 Pandemic. MSMEs as one of the supporters of the economy are also affected by the implementation of the PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), which automatically causes a decrease in the mobility of business actors, some even do not open their businesses at all. The purpose of this study is to find out what strategies must be carried out by convection entrepreneurs in Sukawana to survive during the covid-19 pandemic. This research is descriptive qualitative using SWOT analysis, EFAS and IFAS table also. One alternative strategy that should be carried out by convection entrepreneurs in Sukawana to survive is to minimize weaknesses by avoiding threats (W-T), namely starting to do more professional business management in terms of production, human resources, finance, and marketing.*

**Keywords:** Depend strategies, MSMEs, Covid-19 Pandemic, SWOT analysis

### **Abstrak**

Di tengah perkembangan UMKM yang semakin pesat, tiba-tiba UMKM diterpa hambatan yang sangat berat, yaitu Pandemi Covid-19. UMKM sebagai salah satu penyokong perekonomian ikut terkena imbas dikeranakan diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang otomatis menyebabkan menurunnya mobilitas para pelaku usaha, bahkan ada yang tidak membuka usahanya sama sekali. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Sukawana untuk bertahan di masa pandemi covid-19. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif menggunakan analisis SWOT, serta tabel EFAS dan IFAS. Salah satu alternatif strategi yang sebaiknya dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Sukawana untuk bertahan adalah dengan meminimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman (W-T), yaitu mulai melakukan manajemen usaha yang lebih profesional dari segi produksi, SDM, keuangan, maupun pemasaran.

**Kata kunci:** Strategi bertahan, UMKM, Pandemi Covid-19, Analisis SWOT

---

DOI	: <a href="http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v7i1.1950">http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v7i1.1950</a>
Sejarah Artikel	: Artikel diterima (22 Oktober 2021); direvisi (5 November 2021); disetujui (21 Desember 2021)
Korespondensi	: Jl. Raya Jakarta Km. 4 Pakupatan, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 42118
Email	: <a href="mailto:widya.nbp@untirta.ac.id">widya.nbp@untirta.ac.id</a>

---

## **Pendahuluan**

Peningkatan perekonomian suatu daerah tidak pernah lepas dari peran industri. Termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki potensi yang positif untuk dikembangkan di Indonesia. UMKM merupakan salah satu usaha yang dinilai mampu bertahan dalam masa krisis, karena dianggap lebih fleksibel dan tidak terlalu besar bergantung pada kredit perbankan (Putra, Mindarti, & Hidayati, 2018). Disamping hal tersebut, menurut Putra dan Djazuli (2013), UMKM telah memberikan kontribusi yang besar dalam peningkatan perekonomian Indonesia (Narto & HM, 2020). Menurut Hardilawati (2020), tahun 2018, dengan jumlah UMKM sekitar 64.194.057 dengan memperkerjakan kurang lebih 116.978.631 karyawan, pengaruh UMKM dinilai sangat besar bagi perekonomian Indonesia (Aliyani Firdaus et al., 2020). UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, yaitu 60,3% (Ashif Jauhar Winarto, 2021).

Di tengah perkembangan UMKM yang semakin pesat, tiba-tiba UMKM diterpa hambatan yang sangat berat, yaitu Pandemi Covid-19. World Health Organization (WHO) mengeluarkan pernyataan, bahwa virus yang berawal di Wuhan China pada Desember 2019, ditetapkan sebagai pandemi (Aliyani Firdaus et al., 2020). Di Indonesia sendiri, Pandemi Covid-19 masuk di Bulan Maret 2020, dan langsung memberikan dampak terhadap perekonomian Indonesia. UMKM sebagai salah satu penyokong perekonomian ikut terkena imbas dikeranakan diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang otomatis menyebabkan menurunnya mobilitas para pelaku usaha, bahkan ada yang tidak membuka usahanya sama sekali. Menurut Hardilawati (2020), dampak yang dirasakan para UMKM diantaranya, penurunan penjualan, sulitnya mendapatkan bahan baku, penutupan usaha, dan juga bertambahnya jumlah pengangguran akibat perampangan atau penutupan UMKM tersebut (Yulia & Novitaningtyas, 2021).

Hasil survei terhadap UMKM menyebutkan bahwa, 96% UMKM sudah mengalami dampak negatif Covid-19 diantaranya 75% mengalami penurunan penjualan, dan sisanya mengalami kondisi yang tidak pasti sehingga dimungkinkan hanya dapat bertahan satu hingga tiga bulan ke depan (Soetjipto, 2020). Salah satu tindakan yang diambil oleh Kementerian Koperasi dan UMKM yaitu membuka layanan *hotline 1500 587* sebagai layanan aduan bagi UMKM yang usahanya terdampak covid-19. Menurut Hertina, Hendiarto, & Wijaya (2021), disaat pandemi ini penjualan para UMKM menurun dikarenakan konsumen mendahulukan kebutuhan-kebutuhan yang prioritas dibandingkan dengan produk yang sifatnya keinginan.

Kota Serang, merupakan Ibu Kota Provinsi Banten. Sebagai ibu kota, Kota Serang memiliki berbagai macam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sudah mulai mampu bersaing dan juga mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat di sekitarnya.

**Tabel 1. Jumlah UMK & UMB Menurut Kecamatan di Kota Serang**

Kecamatan	Skala Usaha		Jumlah	Distribusi
	UMK	UMB		(%)
Curug	4.127	25	4.152	6,36
Walantaka	6.929	72	7.001	10,72
Cipocok Jaya	8.484	267	8.751	13,4
<b>Serang</b>	<b>29.293</b>	<b>870</b>	<b>30.163</b>	<b>46,19</b>
Taktakan	6.570	197	6.767	10,36
Kasemen	8.408	63	8.471	12,97
<b>Kota Serang</b>	<b>63.811</b>	<b>1.494</b>	<b>65.305</b>	<b>100</b>

Sumber : Sensus Ekonomi BPS Kota Serang 2016 (Dwitjahyono, 2017)

Tabel 1 menunjukkan bahwa Kecamatan Serang merupakan kecamatan yang memiliki UMKM terbanyak. Kelurahan Sukawana, Kecamatan Serang merupakan sentra UMKM konveksi. Ada sekitar lebih dari 40 konveksi di Kelurahan Sukawana, yang sebagian besar memproduksi seragam sekolah. Keterbasan para pelaku usaha konveksi di Kelurahan Sukawana yang sebagian besar hanya memproduksi seragam sekolah, membuat covid-19 berdampak sangat luar biasa. Hal tersebut dikarenakan kebijakan pemerintah yang memberlakukan *school from home* (SFH) selama pandemi covid-19 sebagai bentuk pencegahan penularan covid-19 kepada anak-anak.

Penelitian yang dilakukan oleh Arianto (2020), mengemukakan bahwa pengembangan UMKM digital merupakan alternatif penyelamatan UMKM di era pandemi covid-19. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Arianto (2020), Rosmadi (2021), menyimpulkan bahwa untuk bertahan di masa pandemi covid-19 ini, UMKM harus memanfaatkan internet dan media sosial. Begitu juga penelitian Siagian & Cahyono (2021), para pelaku UMKM dituntut untuk dapat melakukan *digital marketing* dalam mengkomunikasikan produk secara intensif di masa pandemi ini, hal tersebut juga dikemukakan oleh Andayani, Roesminingsih, & Yulianingsih (2021). Akan tetapi, seluruh pengusaha konveksi di Kelurahan Sukawana, tidak ada satupun yang menggunakan internet ataupun media sosial dalam menjalankan usahanya. Usaha konveksi tersebut masih dijalankan secara tradisional, dan mengandalkan pesanan para langganan, yaitu sekolah-sekolah.

Hasil penelitian Putra et al., (2018) mengemukakan bahwa strategi dalam pengembangan UMKM dalam keadaan normal yaitu dengan strategi SO (*Strength* dan *Opportunity*). Strategi tersebut dilakukan dengan menangkap peluang-peluang yang ada dan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki oleh para UMKM. Namun, pada saat pandemi ini, diperlukan strategi-strategi baru, terutama strategi bertahan untuk pelaku UMKM. Usaha yang dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT secara keseluruhan, analisis ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Solihin, analisis SWOT sering digunakan dalam melakukan analisis situasional dalam merumuskan strategi (Yurianto, 2020). Kegunaan analisis SWOT ini menurut Syaeful, et al (2019), diantaranya untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal suatu usaha, juga untuk mengetahui kemampuan suatu usaha dalam menjalankan bisnis yang dihadapkan dengan para pesaing (Luthfiyah, Djamhur, Melinda, Rasyid, & Putri, 2021). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui

strategi apa yang harus dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Sukawana untuk bertahan di masa pandemi covid-19.

### Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Nazir (2014) penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian dan mendeskripsikannya (Yulia & Novitaningtyas, 2021). Adapun tahapan dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah usaha konveksi di Kelurahan Sukawana, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. Jumlah sampel yang digunakan adalah 35 usaha konveksi. Jumlah tersebut telah memenuhi jumlah minimal sampel penelitian. Sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, dengan menjadikan para pemilik UMKM yang mudah ditemui menjadi responden. Hal tersebut karena pada masa pandemi covid 19 ini tidak dapat mengumpulkan masyarakat dalam jumlah besar, sehingga wawancara dan observasi dilakukan terbatas dengan memanggil tiap pengusaha konveksi secara bergiliran. Data yang digunakan dalam penelitian ini, merupakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi selama periode Mei – Juli 2020. Adapun usaha konveksi yang dijadikan sampel pada penelitian ini, diantaranya:

**Tabel 2. Tahun Berdiri dan Lama Usaha Industri Konveksi Kelurahan Sukawana**

No	Sample	Tahun Memulai Usaha	Lama Usaha
1	R1	1990-2000	>16
2	R2	>2011	6 - 10 tahun
3	R3	2001 -2010	11 - 15 tahun
4	R4	1990-2000	11 - 15 tahun
5	R5	2001 -2010	11 - 15 tahun
6	R6	>2011	6 - 10 tahun
7	R7	2001 -2010	11 - 15 tahun
8	R8	>2011	6 - 10 tahun
9	R9	>2011	6 - 10 tahun
10	R10	1990-2000	>16
11	R11	2001 - 2010	>16
12	R12	1990-2000	>16
13	R13	1990-2000	>16

No	Sample	Tahun Memulai Usaha	Lama Usaha
14	R14	>2010	6 - 10 tahun
15	R15	2001 - 2010	6 - 10 tahun
16	R16	1990-2000	>16
17	R17	>2010	6 -10 tahun
18	R18	1990-2000	>16
19	R19	>2010	6 -10 tahun
20	R20	2001 - 2010	6 - 10 tahun
21	R21	2001 -2010	11 - 15 tahun
22	R22	1990-2000	>16
23	R23	1990-2000	>16
24	R24	2001 -2010	11 - 15 tahun
25	R25	>2011	6 - 10 tahun
26	R26	2001 -2010	11 - 15 tahun
27	R27	>2011	6 - 10 tahun
28	R28	1990-2000	>16
29	R29	2001 -2010	11 - 15 tahun
30	R30	2001 -2010	11 - 15 tahun
31	R31	>2011	6 - 10 tahun
32	R32	>2011	6 - 10 tahun
33	R33	2001 -2010	11 - 15 tahun
34	R34	2001 -2010	11 - 15 tahun
35	R35	>2011	6 - 10 tahun

(Sumber: data primer yang diolah, Mei 2020)

Data dianalisis berdasarkan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan kondisi usaha konveksi Sukawana. Analisis SWOT yaitu mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treaths*). Menurut Marimin (2004) analisis SWOT merupakan sebuah cara untuk mengidentifikasi beberapa faktor dengan terstruktur untuk merumuskan strategi perusahaan. Hal ini disebut dengan analisis situasi (Luthfiyah et al., 2021).

Tahapan selanjutnya adalah dengan membuat tabel *External Factors Analysis Summary* (EFAS) dan *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS). Dalam Menyusun tabel EFAS dan IFAS dilakukan dengan cara mengidentifikasi lingkungan eksternal dan internal usaha tersebut. dengan berpatokan pada tabel EFAS dan IFAS dilakukan penggambaran diagram kartesius.

## Hasil dan Pembahasan

Industri konveksi di Kelurahan Sukawana sudah berdiri sekitar tahun 1990an. Rata-rata para pengusaha konveksi sudah berdiri sekitar 6 – 10 tahun. Mereka

sebagian besar memproduksi seragam sekolah berdasarkan pesanan pelanggan. Sampai saat ini usaha yang dilakukan para pengusaha konveksi tersebut secara konvensional. Karena sudah bergantung pada pesanan pelanggan, tidak ada satupun konveksi yang memanfaatkan internet maupun media sosial. Pandemi covid-19 ini tentunya sangat berdampak pada usaha konveksi tersebut, mengingat kebutuhan akan seragam menurun drastis akibat dari diberlakukannya SFH.

Hasil wawancara menunjukkan rata-rata jumlah produksi perbulannya 450 potong. Namun jumlah produksi tiap konveksi cenderung berbeda-beda dengan gap yang cukup signifikan. Sedangkan masa aktif produksi, rata-rata tiap konveksi hanya aktif 4-5 bulan dalam satu tahun.

### **Analisis SWOT**

#### *Strength* (Kekuatan):

1. Bahan baku mudah didapat
2. Pekerja sangat ahli
3. Modal pribadi, tidak perlu membayar hutang

#### *Weakness* (Kelemahan)

1. Modal terbatas
2. Belum memiliki ijin usaha
3. Kreativitas dalam desain produk kurang
4. Tidak ada promosi
5. Keterbatasan teknologi
6. Manajemen tidak dikelola secara profesional

#### *Opportunity* (Peluang)

1. Potensi pasar masih luas
2. Kondisi sosial yang cukup kondusif
3. Adanya program pemerintah untuk mendukung usaha ini.
4. Media sosial untuk promosi gratis mudah diakses

#### *Threat* (Ancaman)

1. Pasar semakin selektif
2. Persaingan semakin ketat
3. Meningkatnya isu lingkungan
4. Ekonomi yang tidak stabil

### **Formulasi Strategi**

Tahap masukan adalah tahapan menyusun kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman ke dalam tabel IFAS dan EFAS.

**Tabel 3. Internal Factor Analysis Summary (IFAS) Sentra Industri Konveksi Sukawana**

<i>Strenght</i>		<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
1	Bahan baku mudah didapat	0,12	4	0,48
2	Pekerja sangat ahli	0,09	2	0,18
3	Modal pribadi, tidak perlu membayar hutang	0,08	1	0,08
<b>Subtotal</b>		<b>0,29</b>		<b>0,74</b>
<i>Weakness</i>		<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
1	Modal terbatas	0,09	1	0,09
2	Belum memiliki ijin usaha	0,12	3	0,36
3	Kreativitas dalam desain produk kurang	0,12	4	0,48
4	Tidak ada promosi	0,13	3	0,39
5	Keterbatasan teknologi	0,15	3	0,45
6	Manajemen tidak dikelola secara professional	0,1	2	0,2
<b>Subtotal</b>		<b>0,71</b>		<b>1,97</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2,71</b>

Sumber: data yang diolah, 1 September 2020

**Tabel 4. External Factor Analysis Summary (EFAS) Sentra Industri Konveksi Sukawana**

<i>Opportunity</i>		<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
1	Potensi pasar masih luas	0,15	4	0,6
2	Kondisi sosial yang cukup kondusif	0,09	2	0,18
3	Adanya program pemerintah untuk mendukung usaha ini.	0,09	2	0,18
4	Media sosial untuk promosi gratis mudah diakses	0,13	3	0,39
<b>Subtotal</b>		<b>0,46</b>		<b>1,35</b>
<i>Threat</i>		<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
1	Pandemi Covid-19 yang tidak pasti kapan berakhir	0,14	4	0,56
2	Persaingan semakin ketat	0,16	3	0,48
3	Meningkatnya isu lingkungan	0,1	2	0,2
4	Ekonomi yang tidak stabil	0,14	4	0,56
<b>Subtotal</b>		<b>0,54</b>		<b>1,8</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3,15</b>

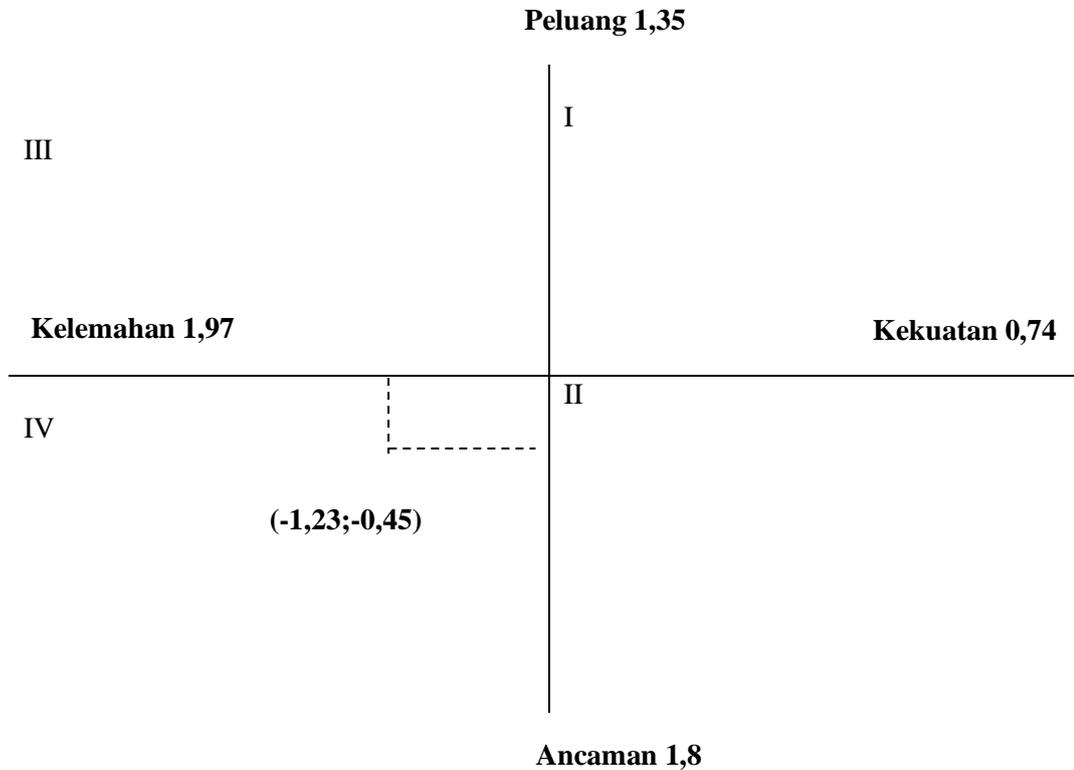
Sumber: data yang diolah, 1 September 2020

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><i>Strenght</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan baku mudah didapat</li> <li>2. Pekerja sangat ahli</li> <li>3. Modal pribadi, tidak perlu membayar hutang</li> </ol>	<p><i>Weakness</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal terbatas</li> <li>2. Belum memiliki ijin usaha</li> <li>3. Kreativitas dalam desain produk kurang</li> <li>4. Tidak ada promosi</li> <li>5. Keterbatasan teknologi</li> <li>6. Manajemen tidak dikelola secara professional</li> </ol>
<p><i>Opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi pasar masih luas</li> <li>2. Kondisi sosial yang cukup kondusif</li> <li>3. Adanya program pemerintah untuk mendukung usaha ini.</li> <li>4. Media promosi gratis tersedia</li> </ol>	<p>Alternatif Strategi S-O</p> <p>Pekerja mulai mengikuti pelatihan yang diadakan pemerintah untuk manambah variasi produk konveksi.</p>	<p>Alternatif Strategi W-O</p> <p>Mulai melakukan promosi terutama melalui media-media sosial yang tidak berbayar, seperti <i>facebook, Instagram, tik tok</i>, dsb.</p>
<p><i>Threat</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pandemi Covid-19 yang tidak pasti kapan berakhir.</li> <li>2. Persaingan semakin ketat</li> </ol>	<p>Alternatif Strategi S – T</p> <p>Mulai menciptakan produk baru selain seragam, untuk membidik pasar yang lebih luas.</p>	<p>Alternatif Strategi T - W</p> <p>Mulai melakukan manajemen usaha yang lebih professional dari segi produksi, SDM, keuangan, maupun pemasaran.</p>

**Gambar 2. Matriks SWOT Sentra Industri Konveksi Sukawana**

Tahap Pengambilan Keputusan

Untuk menentukan mana strategi yang paling efektif, maka dibuatkan diagram untuk menentukan posisi Sentra Industri Konveksi Kelurahan Sukawana. Selisih total kekuatan dan kelemahan (-1,23); selisih peluang dan ancaman (-0,45).



**Gambar 3. Diagram Pengambilan Keputusan Strategi Sentra Industri Konveksi Kelurahan Sukawana**

Strategi yang disarankan ketika usaha berada di kuadran IV adalah mengkombinasikan antara *weakness* dengan *threat*, sehingga menghasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki sekaligus menghindari ancaman-ancaman yang ada. Di era pandemi covid 19 ini, kekuatan yang dimiliki tidak dapat berpengaruh besar dalam membantu Konveksi Sukawana untuk bertahan. Memperbaiki usaha dengan fokus pada kelemahan yang ada, dan memperbaikinya, sekaligus untuk menghindari ancaman dari lingkungan eksternal.

Salah satu alternatif strategi yang sebaiknya dilakukan oleh para pengusaha konveksi di Kelurahan Sukawana yaitu mulai melakukan manajemen usaha yang lebih profesional dari segi produksi, SDM, keuangan, maupun pemasaran. Dengan manajemen usaha yang baik kedepannya diharapkan para pengusaha konveksi dapat lebih meningkatkan produktivitas, juga menambah varian produk, sehingga dapat mempromosikan produknya lebih baik lagi.

## Simpulan

Hasil analisis pengusaha Konveksi di Kelurahan Sukawana Kota Serang di masa pandemic covid 19 yang dilakukan dengan analisis SWOT dan tabel EFAS IFAS dapat disimpulkan bahwa dalam keadaan normal, walaupun tanpa manajemen yang professional, konveksi Sukawana dapat menjalankan usahanya. Namun tidak di masa pandemi Covid-19 ini. Kelemahan dan ancaman yang dihadapi para pengusaha konveksi mengharuskan konveksi dikelola dengan manajemen yang professional, sehingga dapat tetap bertahan dan menjalankan usahanya.

## Daftar Pustaka

- Aliyani Firdaus, S., Fadilah Ilham, I., Putri Aqidah, L., Aliyani Firdaus, S., Agung Dwi Astuti, S., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12. <https://doi.org/10.17977/um041v16i1p12-20>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Ashif Jauhar Winarto. (2021). Analisis SWOT Sebagai Strategi dalam Membantu Perekonomian UMKM Jasa Konveksi @ANFCREATIVE di Era Pandemi. 6(1), 74–88. <https://doi.org/74> <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.2084>
- Dwitjahyono, A. (2017). Hasil Pendaftaran (Listing) Usaha/Perusahaan Sensus Ekonomi 2016. In *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from <https://se2016.bps.go.id>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hertina, D., Hendiarto, S., & Wijaya, J. H. (2021). Dampak Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia Pada Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 110. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i2.8798>
- Luthfiyah, A., Djamhur, F., Melinda, R., Rasyid, Y., & Putri, A. M. (2021). Analisis SWOT untuk Meningkatkan Manajemen Strategi pada UMKM ( Studi Usaha Jahit Pani di Pekanbaru ). 5(2), 3033–3041.
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Putra, L. R., Mindarti, L. I., & Hidayati, F. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan). *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(1), 969–979. <https://doi.org/10.30996/jpap.v4i1.1281>
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19

- Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, Vol. 3, pp. 206–217. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>
- Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. In *K-Media*.
- Yulia, N., & Novitaningtyas, I. (2021). *Marketing Strategy for Culinary MSMEs in Magelang City During the Covid - 19 Pandemic*. 04(1), 357–367.
- Yurianto, Y. (2020). Analisis Penyusunan Strategi Dan Program Pembinaan Usaha Mikro Kecil Dki Jakarta Pada Masa Pandemic Covid 19 Dengan Pendekatan USG Dan SWOT. *Jurnal Riset Jakarta*, 13(2), 65–80. <https://doi.org/10.37439/jurnaldrd.v13i2.35>