



STRATEGI UMKM PIMPINAN CABANG ISTIMEWA FATAYAT NU MALAYSIA UNTUK DAPAT BERTAHAN DALAM MENGHADAPI KRISIS GLOBAL AKIBAT PANDEMI COVID-19

Oleh

Soeharjoto^{1*}, Nirdukita Ratnawati², Tri Kunawangsih Purnamaningrum³, Lavlimatria Esya⁴, Henny Setyo Lestari⁵, Christina Dwi Astuti⁶, Deden Misbahudin Muayyad⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

E-mail: ^{1*}soeharjoto@trisakti.ac.id, ²nirdukita.ratnawati@trisakti.ac.id,

³trikunawangsih@trisakti.ac.id, ⁴lavlimatria.esya@trisakti.ac.id,

⁵henny_setyo_lestari@trisakti.ac.id, ⁶cdwi_astuti@trisakti.ac.id,

⁷deden.misbahudin@trisakti.ac.id

Article History:

Received: 04-12-2022

Revised: 07-12-2022

Accepted: 10-01-2023

Keywords:

Strategi, UMKM, Penjualan,
Krisis Global

Abstract: Pandemi COVID-19, mengakibatkan percepatan perkembangan penggunaan teknologi digital dan peningkatan efisiensi. Untuk itu, terdapat banyak perusahaan mengambil kebijakan dengan melakukan pengurangan jumlah tenaga kerjanya. Hal ini, berdampak pada penurunan pendapatan masyarakat, sehingga terjadi pengurangan konsumsi, yang pada akhirnya omzet penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah semakin menurun. Namun, multiplier effect-nya dirasakan semakin besar terutama yang dialami para pelaku usaha dari Indonesia yang hidup di Malaysia. Pengabdian Kepada Masyarakat Internasional yang dilakukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, bertujuan untuk memberikan strategi pada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan menengah yang tergabung dalam Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU Malaysia, agar dapat bertahan di masa krisis global. Pelaksanaannya, dilakukan dengan metode penyuluhan tentang MSME STRATEGY TO FACE THE GLOBAL CRISIS FOR THE NU MALAYSIA COMMUNITY. Materi yang diberikan berupa teknologi digital, pelayanan, persediaan, inovasi produk, dan pembuatan laporan keuangan. Kegiatan ini, berhasil meningkatkan pengetahuan dari mitra, sehingga dapat digunakan untuk membuat strategi guna mengatasi permasalahan yang dihadapi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam menghadapi krisis global akibat pandemi COVID-19.

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia, tidak terlepas dari konsekuensi atas pilihan yang telah ditetapkannya (Asyafah, 2009). Manusia sebagai makhluk hidup yang berbekal akal sehat, di anjurkan untuk memiliki dan menggapai cita-cita setinggi langit (Suswanto & Firmansyah, 2021). Hal ini, memotivasi manusia untuk berkembang dan berevolusi menuju ke kehidupan yang lebih baik. Untuk itu, tidak mengherankan terjadi migrasi penduduk dari suatu negara ke negara lainnya. Migrasi ini, juga dilakukan masyarakat dari Indonesia ke Malaysia.



Migrasi yang terjadi, masyarakat lakukan secara legal maupun ilegal (Wahyuni, 2013). Namun, migrasi yang dilakukan berkonsekuensi terhadap pelakunya. Untuk itu, dalam bermigrasi perlu dilakukan secara legal dengan persiapan yang matang, agar terhindar dari berbagai kendala. Para imigran, harus memiliki pendidikan dan ketrampilan yang sesuai dengan kebutuhan negara tujuan, sehingga kemampuan dan ketrampilan yang dimilikinya dapat memberikan kesejahteraan yang lebih baik.

Manusia sebagai makhluk hidup, dengan kemampuan yang dimilikinya, dapat digunakan untuk mencapai cita-cita yang diinginkannya (Aryati, 2018). Hal ini, terjadi pada masyarakat Indonesia yang tinggal di Malaysia. Masyarakat dari Indonesia, yang berprofesi sebagai pekerja dan mahasiswa, dalam menjalani kehidupannya akhirnya semakin sadar, bahwa hidup bukan hanya sekedar untuk mencukupi kebutuhan hidupnya saja, tetapi sebagai makhluk sosial menginginkan memiliki waktu luang, yang dapat digunakan untuk keperluan pribadi. Untuk itu, banyak dari mereka yang tergerak untuk menjalankan kehidupan sebagai wirausaha.

Pandemi COVID-19, berdampak pada perubahan diberbagai bidang, termasuk usaha (Asmah & Rompegading, 2021). Adapun eksternalitas positifnya, mempercepat perkembangan penggunaan teknologi digital (Soeharjoto, Yusran, Tribudhi, Hermawan, & Masnita, 2021). Namun, dampak negatifnya mengakibatkan perusahaan melakukan efisiensi dengan mengurangi jumlah penggunaan tenaga kerja. Hal ini, juga berdampak pada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang mengakibatkan terjadinya penurunan omzet penjualan (Soeharjoto, Muchtar, Amran, Tribudhi, Ratnawati, & Rustam, 2022).

Dalam bermigrasi, untuk menjaga dan memperkuat keberadaan komunitasnya dilakukan secara berkelompok (Soeharjoto, Rustam, Busnetty, Adriana, Tribudhi, Ratnawati, & Salfinnia, 2022). Masyarakat Indonesia yang berada di Malaysia melakukan hal yang sama. Hal ini, banyak membuat masyarakat dari Indonesia yang bergabung ke dalam komunitas Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU Malaysia. Untuk itu, guna meningkatkan kinerja dan aktivitas masyarakat yang tergabung dalam komunitas tersebut, melakukan kerjasama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti. Adapun tujuan pelaksanaan kerjasama dalam bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat, untuk memberikan strategi terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil dan menengah yang tergabung dalam Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU Malaysia agar dapat bertahan di masa krisis global.

METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat, merupakan salah satu tridharma yang dijalankan pihak Universitas Trisakti, guna mengimplementasikan pendidikan dan pengajaran serta penelitian yang telah dilakukan, guna membantu masyarakat yang membutuhkan. Untuk itu, pelaksanaannya agar memperoleh manfaat yang lebih optimal, pihak Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis melakukannya dalam skala internasional. Kesemuanya ini, tidak terlepas dari adanya kebutuhan dari pelaku usaha masyarakat Indonesia di Malaysia, dalam menghadapi krisis global, akibat pandemi COVID-19 yang mempengaruhi omzet penjualannya. Untuk itu, dalam upaya meningkatkan omzet usahanya, perlu mendapat dukungan dari komunitasnya dan pihak Perguruan Tinggi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti yang berasal dari Indonesia, dengan sumber daya manusia yang dimilikinya, sesuai dengan yang mereka butuhkan, guna



menghadapi kendala yang dihadapinya, karena Universitas Trisakti mengetahui karakteristik mereka dan kondisi global, sehingga dengan bekal pengetahuan terhadap fenomena, teori, metode dan hasil penelitian yang pernah dilakukan, atau pun pengalaman yang dimilikinya, dapat memberikan solusi yang telah disesuaikan dengan karakteristik mereka, sehingga dapat dengan mudah untuk diterapkan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti berkejasama dengan pihak mitra, melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU, Sultan Sulaiman Street, Kuala Lumpur, Malaysia. Dalam melaksanakan kegiatan ini, dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni perencanaan, survey, pelaksanaan kegiatan, monitoring dan evaluasi. Adapun tujuannya, agar hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan dari pihak tim Pengabdian Kepada Masyarakat dan pihak mitra. Kegiatan ini, dilakukan secara offline dengan metode penyuluhan, melalui pemberian materi dan dilanjutkan dengan diskusi terkait dengan kasus yang mereka alami.

HASIL

Perencanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dilakukan dengan melakukan koordinasi antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti dengan pihak mitra, sehingga agenda program kerja yang dihasilkannya dapat lebih optimal. Survey awal, dilakukan dengan menggunakan media teknologi digital dan komunikasi secara langsung dengan nara sumber, sehingga Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dapat memperoleh informasi secara lengkap, sesuai dengan yang dibutuhkan. Kegiatannya, dilaksanakan pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti pada 18 November 2022, di lokasi tempat Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU, Sultan Sulaiman Street, Kuala Lumpur, Malaysia. Kegiatan ini, diikuti sebanyak 40 peserta dari kalangan Ibu Rumah Tangga dan mahasiswi, yang juga merupakan pelaku usaha. Metodenya menggunakan penyuluhan tentang MSME STRATEGY TO FACE THE GLOBAL CRISIS FOR THE NU MALAYSIA COMMUNITY, dengan materi teknologi digital, pelayanan, persediaan, inovasi produk, dan pembuatan laporan keuangan, serta dilanjutkan dengan diskusi. Pada teknologi digital diperkenalkan pemasaran e-commerce dan digital marketing. Pelayanan menggunakan standar mutu dan persediaan dengan Inventory Management. Inovasi produk dilakukan agar pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan dan tren pasar. Laporan keuangan diberikan untuk mempermudah pelaku usaha di sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar dapat merencanakan pendapatan dan anggaran biaya.



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat



Kegiatan ini, telah berhasil meningkatkan pengetahuan dari mitra, sehingga dengan berbekal materi yang diperoleh selama penyuluhan dapat digunakan untuk melaksanakan strategi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam menghadapi krisis global akibat pandemi COVID-19. Pasca pelaksanaan kegiatan, dilakukan monitoring dan evaluasi dengan menerima masukan dan membahas terkait program lanjutan, guna mempercepat terealisasinya peningkatan usaha dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

DISKUSI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi penggerak roda perekonomian dan sekaligus sebagai sarana pemerataan pendapatan masyarakat, karena banyak menyerap tenaga kerja. Sektor ini, sekaligus dapat meningkatkan devisa, yang diakibatkan produk atau jasanya dipasarkan secara nasional dan internasional (Pujiono, Setyawati, & Idris, 2018). Masyarakat Indonesia yang bermigrasi ke Malaysia, berdampak positif terhadap peningkatan permintaan produk dari Indonesia. Hal ini, dikarenakan adanya permintaan dari komunitas masyarakat yang berasal dari Indonesia maupun masyarakat setempat.

Pandemi COVID-19, berdampak pada kehidupan manusia, terutama pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Keadaan ini, mengakibatkan terjadinya penurunan konsumsi masyarakat, karena pendapatan masyarakat yang semakin berkurang. Adapun dampaknya, omzet penjualannya menurun. Hal ini, diperparah dengan semakin banyak masyarakat yang mencoba nasib mencari rezeki pada sektor ini, sehingga persaingannya semakin ketat. Untuk itu, para pelaku usaha dari Komunitas Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU Malaysia, perlu diberikan penyuluhan MSME STRATEGY TO FACE THE GLOBAL CRISIS FOR THE NU MALAYSIA COMMUNITY.



Gambar 2. Pasca Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Strategi diperlukan sebagai alat sarana yang dapat digunakan untuk memperoleh sebuah keunggulan dibandingkan dengan yang lainnya (Porter, 2003). Tujuan strategi untuk menjaga kepentingan, sarana evaluasi, gambaran tujuan, memperbaiki strategi sebelumnya, menjadi efisien dan efektif, terbangunnya kreatifitas dan inovasi, serta sebagai persiapan bila terjadi adanya perubahan (Suwandiyanto, 2010). Jenis strategi bisnis meliputi strategi biaya, diferensiasi, fokus, dan kepemimpinan (Wheelen dan David, 2010). Untuk itu, strategi yang perlu dilakukan pelaku usaha dalam mengatasi krisis global, dengan melakukan pembenahan yang ditunjang dengan penggunaan teknologi digital, pelayanan dan persediaan, inovasi produk, dan pembuatan laporan keuangan. Teknologi digital, merupakan suatu sistem penghitung cepat, yang dapat memproses informasi dalam bentuk kode digital atau nilai-nilai numerik (Danuri, 2019). Teknologi ini, memberikan



kemudahan secara maksimal terhadap manusia, guna dapat memenuhi berbagai kebutuhannya (Tarantang, Awwaliyah, Astuti, & Munawaroh, 2019).

Digital marketing merupakan suatu strategi untuk memasarkan produk, melalui segala jenis media digital, baik melalui internet atau jaringan lainnya yang saling terhubung (Lestari & Saifuddin, 2020). Adapun manfaat dari digital marketing bisnis adalah agar sesuai dengan target pasar, sarana evaluasi strategi berdasarkan data, menjangkau pasar, biaya lebih murah, dan meningkatkan reputasi brand (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Strategi yang digunakan dalam digital marketing meliputi Search Engine Marketing (SEM), Influencer atau Affiliate Marketing, Content Marketing, Email Marketing, Social Media Marketing, Viral Marketing, Mobile Marketing, Radio dan TV Advertising (Musnaini, Suherman, Wijoyo, & Indrawan, 2020).

Pelayanan merupakan proses untuk memenuhi kebutuhan yang dilakukan melalui aktivitas orang lain secara langsung (Kotler & Keller, 2016). Untuk itu, pelayanan memiliki standar, sehingga dapat digunakan sebagai ukuran yang menentukan suatu pembakuan dari pelayanan yang baik (Nurlia, 2018). Namun, di dalam standar tersebut, sekaligus terdapat baku mutu dari pelayanan (Goetsch & Davis, (1994). Mutu diperlukan karena merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi harapan pihak yang menginginkan (Tjiptono & Diana, 2003). Kualitas pelayanan, dapat dilakukan dengan memperhatikan keinginan konsumen, serta melakukan kerjasama sebaik mungkin dengan tim atau mitra, yakni supplier dan distributor. Kolaborasi dengan mitra perlu ditingkatkan, agar dapat meningkatkan kreatifitas dan ide baru pada saat diperlukan. Disamping itu, guna memperluas jejaring usaha perlu dilakukan kerjasama dengan organisasi atau usaha yang serupa. Pada era digital, marak dilakukannya penjualan secara online (Lustono & Cahyani, 2020). Guna menunjang aktivitas tersebut, pengusaha perlu menyediakan layanan delivery order. Adanya layanan ini, sangat membantu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam meningkatkan Cash flow agar dapat tetap berjualan.

Persediaan perusahaan digunakan untuk menjaga kesinambungan dari usahanya (Susanti & Sahli, 2013). Persediaan di perusahaan dagang, digunakan untuk memenuhi permintaan pembeli, sedangkan pada industri bertujuan untuk kelancaran kegiatan produksi (Warren, Reeve, & Fess, 2004). Namun, usaha yang memiliki persediaan perusahaan yang banyak, memang dapat memenuhi permintaan yang mendadak, tetapi dengan konsekuensi memerlukan modal kerja yang lebih besar. Untuk itu, perlu dilakukan pengelolaan terhadap persediaan. Adapun tujuan dari pengelolaan inventory adalah turnover dari inventory (Heizer & Render, 2014). Artinya, turnover yang terjadi dapat terjadi secepat mungkin, agar usahanya tidak kehilangan pasar, yang diakibatkan kehabisan inventory. Maka dari itu, pihak manajer keuangan perlu memantau yang berkaitan dengan inventory, guna kelancaran turnover dari inventory.

Inovasi terhadap produk dilakukan untuk memperbaiki kualitas produk yang terfokus pada keinginan konsumen (Hartini, 2012). Pandemi COVID-19, berdampak pada penurunan daya beli masyarakat, sehingga mereka hanya akan membeli produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya saja, namun disesuaikan dengan kemampuan keuangannya (Soekapdjo, Syofyan, Usman, Simanjuntak, & Tribudhi, 2022). Pengembangan produk baru, dapat dilakukan dengan pendekatan inovasi yang berbasis modulasi, ukuran, kemasan, desain, pengembangan bahan komplementer, pengurangan yang dilakukan tetap



berupaya tidak merubah produk atau jasa, tetapi dengan menaikkan ukuran dari pasar (Kotler & Bes, 2004). Untuk itu, terdapat tiga indikator inovasi produk, yakni kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk (Kotler & Armstrong, 2004).

Laporan keuangan merupakan ringkasan proses sistem pencatatan transaksi keuangan dan transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama satu tahun buku yang bersangkutan (Baridwan, 2008). Namun, banyak perusahaan yang belum menemukan dan memiliki cara pembuatan laporannya sendiri. Adapun salah satu faktor penyebabnya, karena mereka tidak mengetahui dengan jelas bagaimana cara menyusun informasi keuangan secara benar dan mudah. Padahal, dalam menyusun laporan keuangan, cukup melakukan proses jurnal transaksi dan mengelompokkan ke dalam buku besar dari masing-masing akun kelompok aktiva, pasiva, dan laba-rugi yang terdiri dari penjualan dan seluruh biaya (Hariyani, 2014). Dengan demikian, jurnal keuangan merupakan jantung dari sebuah perusahaan. Laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan biasanya terdiri atas neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan (Subani, 2015).

Pada saat diskusi, dibahas berbagai kendala yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Adapun kendala yang unik dihadapinya, terutama pada saat melakukan penjualan dan pengiriman barang lintas negara. Untuk itu, pihak mitra diberikan masukan untuk memperhitungkan selisih kurs dan menambahkan biaya pengiriman, sehingga mereka secara rinci perlu mengetahui biaya pokoknya. Adapun tujuannya, agar harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan pengusaha lainnya. Disamping itu, untuk menekan biaya dianjurkan mencari mitra dari daerah setempat dan sekaligus dapat dijadikan pooling tempat pengiriman barang, serta dapat membantu mencarikan barang yang dibutuhkan. Namun, pada barang yang likuid, menghadapi kendala produknya mudah rusak atau takarannya berkurang, dan menjadi sorotan pihak imigrasi. Adapun solusinya, pelaku usaha dianjurkan untuk mencari alternatif memasarkan produk yang tidak likuid, ataupun mencari mitra dari daerah setempat. Kesemuanya ini, bila diterapkan dapat menekan biaya, sehingga produknya dapat bersaing dengan yang lain. Pada pertemuan tersebut, ternyata terdapat pelaku usaha yang memiliki orderan produk dalam skala besar dan mengalami kesulitan dalam pengiriman barang untuk di ekspor. Dalam kasus ini, pihak mitra diberikan pengetahuan prosedur ekspor, serta link dari departemen perdagangan dan perindustrian yang melayani proses ekspor Impor.

Penyuluhan Pengabdian Kepada Masyarakat, dilakukan dengan memberikan materi dan dilanjutkan dengan diskusi, terkait dengan kasus yang mereka hadapi. Hal ini, berdampak pada semakin bertambahnya pengetahuan mitra untuk mengatasi kendala yang dihadapinya. Kesemuanya, tidak terlepas dari sinergi yang terjadi antara pihak Tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti dengan mitra. Pasca mengetahui strategi dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, membuat harapan baru bagi mitra, sehingga mereka semakin termotivasi untuk mengembangkan dan mengupayakan usahanya agar dapat naik kelas. Kondisi ini, berimplikasi pada adanya permintaan dari pihak mitra agar Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dapat terus mendampingi mereka. Untuk itu, pihak Tim akhirnya bersedia membantu, karena pada era digital dengan kemudahan yang diperolehnya, dapat digunakan untuk konsultasi baik secara online, offline, atau pun hibrid.



KESIMPULAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Internasional di Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU, Sultan Sulaiman Street, Kuala Lumpur, Malaysia. Kegiatan ini, bertujuan untuk memberikan strategi terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang tergabung dalam Pimpinan Cabang Istimewa FATAYAT NU Malaysia agar dapat bertahan di masa krisis global. Kegiatan ini, dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni perencanaan, survey, pelaksanaan kegiatan, monitoring dan evaluasi. Aktivitasnya dilakukan secara offline dengan menggunakan pendekatan penyuluhan tentang MSME STRATEGY TO FACE THE GLOBAL CRISIS FOR THE NU MALAYSIA COMMUNITY. Materi yang diberikan berupa teknologi digital, pelayanan, persediaan, inovasi produk, dan pembuatan laporan keuangan. Kegiatan ini, berhasil meningkatkan pengetahuan mitra, sehingga dapat digunakan untuk membuat strategi dalam menghadapi krisis global akibat pandemi COVID-19. Pada Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebaiknya dilakukan dengan memberi materi terkait dengan permasalahan yang dihadapi dan kasus yang banyak dihadapi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di berbagai negara.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Asmah & Rompegading, M. 2021. Implementasi Hukum Persaingan Usaha di Masa Pandemi bagi UMKM di Kota Makassar. JURNAL PERSAINGAN USAHA, 1(1), 5-15.
- [2] Aryati, A. 2018. Memahami Manusia Melalui Dimensi Filsafat (Upaya Memahami Eksistensi Manusia). El-Afkar, 7(2), 79-94.
- [3] Asyafah, A. 2009. Proses Kehidupan Manusia dan Nilai Eksistensialnya. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [4] Baridwan, Z. 2008. Intermediate Accounting. BPFE-Yogyakarta.
- [5] Danuri, M. 2019. Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. INFOKAM, 15(2), 116-123.
- [6] Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. JMD, 1(2), 62 - 76.
- [7] Goetsch, David L. & Davis, Stanley M. (1994). Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness (Merrill's international series in engineering technology). Prentice Hall International Inc.
- [8] Heizer, J., & Render, B. (2014). Operations Management Sustainability and Supply Chain Management. New York: Pearson Education.
- [9] Hariyani, D. S. 2014. Pengantar Akuntansi I (Teori & Praktik). Aditya Media Publishing.
- [10] Hartini, S. 2012. Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 14(1), 82-88.
- [11] Kotler, P., & Keller, K. L., 2016. Marketing management. London: Pearson Education.
- [12] Kotler, P. & Armstrong, G. 2004. Principles of Marketing. Boston: Pearson.
- [13] Kotler, P. & Bes, F. T. D. 2004. Lateral Marketing: Berbagai Teknik Baru Untuk Mendapatkan Ide-Ide Terobosan. Jakarta: Erlangga.
- [14] Lestari, P., & Saifuddin, M., 2020. Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi COVID'19. MANOVA, 3(2), 23-31.
- [15] Lustono & Cahyani, F. L. 2020. Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online dan Viral



- Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop di Kecamatan Banjarnegara. *MEDIKONIS*, 20(1), 11-24.
- [16] Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., Indrawan, I. 2020. Digital Marketing. Pena Persada.
- [17] Nurlia. 2018. Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent. *Meraja Jurnal*, 1(2), 17-30.
- [18] Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris. 2018. Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. *IJH*, 1(1), 1-8.
- [19] Porter, M. E. (2001). Strategy and The internet, *Harvard Business Review on Advances in Strategy*, Harvard Busines Review, pp. 1-20, March 2001.
- [20] Soekapdjo, S., Syofyan, S., Usman, B., Simanjuntak, L. R., & Tribudhi, D. A. 2022. Pemanfaatan Financial Technology dan Aplikasi Smartphone Dalam Meningkatkan Usaha Mikro dan Kecil Pada Era Pandemi COVID-19 di Kelurahan Mustikajaya. *Abdimas Dewantara*, 5(2), 224-232.
- [21] Soeharjoto, Rustam, R., Busnetty, I., Adriana, M., Tribudhi, D. A., Ratnawati, N., & Salfinnia, M. 2022. Pengembangan Wirausaha Pimpinan Cabang Istimewa Muslimat NU Malaysia di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(12), 2343- 2350.
- [22] Soeharjoto, Muchtar, S., Amran, E., Tribudhi, D. A., Ratnawati, N., & Rustam, R. 2022. Diversifikasi Produk dan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Warung Nasi Uduk Bu De Mus Pada Masa Pandemi COVID-19. *J-Abdi*, 1(9), 2179-2186.
- [23] Soeharjoto, Yusran, H. L., Tribudhi, D. A., Hermawan, A., & Masnita, Y. 2021. Peningkatan Potensi Pemasran Tahu dan Tempe Koperasi PRIMKOPTI SWAKERTA di Jakarta Barat Pada Era New Normal. *ABDI DOSEN*, 5(2), 187-195.
- [24] Suswanto & Firmansyah. 2021. Potensi Akal Manusia Dalam Al Qur-an dan Relevansinya Dengan Pendidikan Islam. *Attaqwa*, 17(2), 120-131.
- [25] Subani. 2015. Analisis Arus Kas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan (Studi Pada KUD Sido Makmur Lumajang). *Jurnal WIGA*, 5(1), 58-67.
- [26] Susanti, N., & Sahli, M. (2013). Penerapan Metode Exponential Smoothing Dalam Sistem Informasi Pengendalian Persediaan Bahan Baku (Studi Kasus Toko Tirta Harum). *Jurnal Simetris*, 3(1), 59-70.
- [27] Suwandiyanto, M. 2010. Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- [28] Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. 2019. Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *AL-QARDH*, 4(1), 60-75.
- [29] Tjiptono, F., & Diana, A. (2003). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offset.
- [30] Wahyuni, D. 2013. Migrasi Internasional dan Pembangunan. *Kajian*, 18(4), 305-321.
- [31] Warren, C. S., Reeve, J. M., & Fess, P. E. 2004. Accounting. South-Western College Pub.
- [32] Wheelen, T., & David, A. (2001). Strategic management and Business Policy Achieving
- [33] Sustainability. Twelfth Edition Pearson Education.