

LOKALIN: APLIKASI UNTUK MEMBANTU UMKM MASYARAKAT SEKITAR DI INDONESIA



Kelompok 23: PT. LOKALIN BERKARYA MAJU TERUS PANTANG MUNDUR

Anggota Kelompok:

16520037	Dimas Faidh Muzaki
16520068	Daffa Romyz Aufa
16520106	Muhammad Fajar Ramadhan
16520305	Divya Maharani Lazuardi
16520356	Alifiya Brizita Shary
16520408	Fikri Khoiron Fadhila
16520417	Akmal Jauhar Sidqi
16520460	Zafran Divac Azzahra

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
BAB I : LATAR BELAKANG	2
BAB II : DESIGN THINKING	5
BAB III	7
A. <i>Mock up</i>	7
B. Butiran Masalah	10
BAB IV : ANALISIS SWOT	11
BAB V : RANGKUMAN DAN KESIMPULAN	12
BAB VI : PEMBAGIAN TUGAS	14
LAMPIRAN	15
DAFTAR PUSTAKA	21

BAB I LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Kriteria UMKM menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Usaha ini dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar serta memenuhi kriteria lain. Meskipun kecil secara ukuran usaha, UMKM terbukti mampu menyumbang peranan yang besar bagi perekonomian suatu negara, khususnya Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, seperti dikutip Kompas, UMKM menyerap 89,2% dari total tenaga kerja di Indonesia pada 2016. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Oleh karena itu, ketahanan UMKM sangat esensial di masa krisis.

Namun pada kenyataannya, kebanyakan UMKM tidak memiliki pondasi usaha yang kuat. Menurut studi yang dilakukan oleh Barlian dan Manurung pada tahun 2012, usaha kecil, menengah, dan mikro seringkali memiliki orientasi jangka pendek dalam keputusan bisnisnya. Hal ini terlihat dari tidak adanya konsep inovasi yang berkesinambungan dan kegiatan bisnis inti yang tidak konsisten. Pada akhirnya, pengembangan kinerja jangka panjang usaha kecil, menengah, dan mikro seringkali tidak dikelola dengan baik. Menurut sumber yang sama, salah satu kendala yang dihadapi UMKM terletak pada pemasaran produk yang masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut) dan belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai sarana pemasaran. Sehingga ketika cara pemasaran dari mulut ke mulut tidak bisa dilakukan, kebanyakan usaha para pelaku UMKM menjadi lumpuh total.

Pada tanggal 2 Maret 2020, kasus covid-19 pertama kali terdeteksi pada 2 orang warga Depok yang tertular seorang warga negara Jepang usai menghadiri klub dansa di sebuah restoran di Jakarta Selatan. Virus corona menyebar dengan sangat pesat ke seluruh Indonesia. Terhitung tanggal 9 April 2020, pandemi sudah menyebar ke 34

provinsi di Indonesia dengan Sulawesi Selatan, DKI Jakarta, dan Jawa Timur sebagai provinsi yang paling terpapar. Pesatnya penyebaran COVID-19 membuat pemerintah menerapkan sistem social distancing yang disebut PSBB (pembatasan sosial berskala besar). Menurut Nismawati, pada tahun 2020, pemerintah juga merekomendasikan untuk tetap menjaga jarak sosial dan mengurangi aktivitas yang terlalu padat untuk mengurangi penyebaran covid-19 di Indonesia. Namun Niat baik pemerintah untuk menerapkan PSBB ternyata sangat merugikan warga negara Indonesia, terutama dampak ekonomi yang semakin menurun dan banyak pekerja yang menganggur.

Virus corona semakin menyebar di Indonesia. Berbagai kebijakan yang dirumuskan oleh pemerintah Indonesia telah mempengaruhi berbagai sektor di Indonesia, salah satunya adalah sektor ekonomi. Hal ini terkait erat dengan Covid-19, yang berdampak pada sektor usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di sisi lain, ekonomi merupakan salah satu faktor penting dalam kehidupan, seperti yang kita ketahui bersama, seseorang akan langsung dihadapkan pada kebutuhan ekonomi ketika menjalani kehidupan (Hanoatubun, 2020). Secara keseluruhan, Covid-19 juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia yang awalnya sebesar 5,3%, bahkan ada yang memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia kini mencapai 2% (Hadiwardoyo, 2020).

Di pasar, para pedagang menjerit saat pandemi Covid-19 melanda masyarakat. Covid-19 merupakan penyakit yang mudah menular kapan saja dan di mana saja melalui kontak fisik dan non fisik. Penyebaran COVID-19 tidak bergantung pada apakah itu berasal dari elit atau kelas menengah ke bawah. Salah satu tempat penyebaran COVID-19 adalah pasar, karena pasar merupakan tempat berkumpulnya banyak orang, dan terdapat transaksi jual beli yang melibatkan kontak fisik. Pemerintah telah menerapkan pembatasan sosial berskala besar atau PSBB, yaitu membatasi aktivitas di tempat ramai seperti pasar, tempat ibadah, dan acara yang mengundang banyak orang. Dampak terbesar yang dialami pedagang di pasar Blado adalah penurunan pendapatan akibat PSBB. Pedagang bingung menjual produknya karena sulit mencari pembeli di masa pandemi, sehingga pendapatannya turun tajam. Oleh karena itu, perlu adanya penghubung antara para pelaku UMKM dengan konsumen. Kami dari kelompok milestone kelompok 23, menciptakan aplikasi yang disebut Lokalin untuk menjawab seluruh permasalahan ini. Tujuan utama Lokalin

adalah mengenalkan UMKM Indonesia kepada masyarakat dan membantu memasarkannya. Aplikasi ini diharapkan bisa menggantikan pemasaran mulut ke mulut yang tidak bisa dilakukan di masa pandemi ini.

BAB II

DESIGN THINKING

Design thinking merupakan sebuah pola pikir kita dalam menyelesaikan sebuah masalah berbasis solusi produk. *Design thinking* dapat membantu kita . *Design thinking* berupa proses iterasi yang terdiri dari mengumpulkan informasi terkait masalah, menentukan apa yang dibutuhkan, mencari solusi, merealisasikan solusi, dan menguji solusi, atau bisa kita sebut dengan *empathize, define, ideate, prototyping, and testing*. Semua step yang menjadi kunci dari *design thinking* dilakukan secara iterasi berulang-ulang sampai didapatkan sebuah solusi terbaik.

Empathize (Empati) merupakan langkah awal dari rentetan tahapan *design thinking*. Pada tahap *empathize* (Empati), pemikir desain mengesampingkan asumsi mereka sendiri dan menggali informasi terkait masalah menggunakan sudut pandang pengguna untuk mendapatkan wawasan tentang pengguna dan kebutuhan pengguna. Berdasarkan laporan profil bisnis UMKM oleh LPPI dan Bank Indonesia, salah satu kendala yang dihadapi UMKM terletak pada pemasaran produk yang masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut) dan belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran. Walaupun *online shopping* populer, hampir sembilan puluh persen produk yang diperdagangkan di *e-commerce* merupakan produk impor. Ada dua alasan utama mengapa masyarakat lebih memilih membeli produk impor, yaitu karena produk yang dicari langka di Indonesia atau harganya yang relatif lebih murah. Pada lingkungan sekitar tempat tinggal juga, beberapa UMKM terdampak agak parah, bahkan sampai ada yang menutup tokonya karena diterapkannya kebijakan PSBB ataupun PPKM. Dampak lain juga dirasakan oleh masyarakat yang terkena PHK dari tempat kerjanya sehingga mengharuskan untuk membuka usaha kecil (UMKM) untuk menopang kebutuhan rumah tangganya. Masyarakat yang baru membuka UMKM di tengah masa pandemi ini juga merasakan dampak lain juga, yaitu bersaing dengan UMKM lain dan harus memikirkan bagaimana cara untuk mempromosikannya agar masyarakat di luar sana tahu bahwa ada UMKM yang baru berdiri.

Pada tahap *define*, masalah-masalah yang telah dikumpulkan pada tahap *empathize* digunakan untuk menentukan masalah inti yang akan dicari solusinya. Tahap ini akan


sangat membantu dalam mencari ide/solusi dari masalah yang sudah diangkat pada tahap sebelumnya. Kurangnya pengetahuan dari masyarakat itu sendiri tentang adanya UMKM yang sudah hampir bangkrut dan yang baru saja memulai usahanya merupakan salah satu masalah yang dihadapi banyak UMKM di sekitar kita. Hal ini menyebabkan usaha mereka kurang terlihat dan kurang mendapatkan hasil yang mereka inginkan. Terlebih lagi, *platform online* yang ada belum cukup membantu UMKM karena masih dibanjiri produk impor.

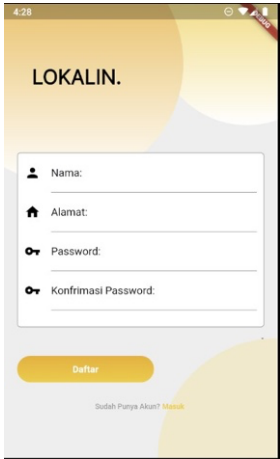
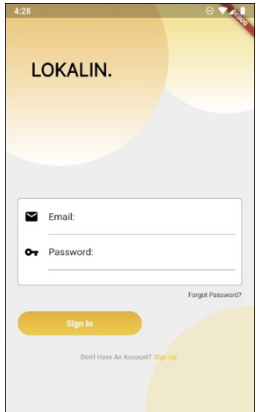

Selanjutnya adalah tahap *ideate*, tahap ini kami mencari ide untuk menyelesaikan masalah yang sudah kita bahas di tahap sebelumnya, yaitu pada tahap *empathize* dan *define*. Kami memiliki ide berupa pembuatan aplikasi yang berisi berbagai macam UMKM (toko) yang ditawarkan terutama yang berada disekitar tempat tinggal konsumen. Aplikasi ini bukan hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan barang-barang lokal. Selain itu, kami merencanakan membuat aplikasi yang fitur pencariannya berdasarkan lokasi konsumen, yaitu barang atau makanan dan minuman yang berada di paling atas kolom pencarian adalah yang terdekat dari konsumen.

BAB III

MOCK UP DAN SOLUSI

a. *Mock up Solusi*

	<p><i>Screen</i> depan ketika <i>user</i> menekan aplikasi.</p>
	<p><i>Information Screen</i> yang didapatkan setelah <i>screen</i> depan.</p>
	<p><i>Screen</i> Masuk dan Daftar yang akan muncul setelah <i>Information Screen</i>.</p>

	<p>Screen Daftar (<i>Sign Up</i>) jika memilih pilihan “Daftar”.</p>
	<p>Screen Masuk (<i>Login</i>) jika memilih pilihan “Masuk”.</p>
	<p>Screen Rekomendasi yang muncul ketika sudah <i>Login</i>.</p>

	<p>Screen yang menunjukkan informasi <i>user</i> yang sedang <i>login</i> dalam aplikasi dan beberapa menu.</p>
	<p><i>Screen</i> untuk mencari apa yang diinginkan oleh <i>user</i> misalkan makanan,minuman,barang, dan kebutuhan lain.</p>
	<p><i>Screen</i> ketika hasil pencarian yang dicari muncul.</p>
	<p><i>Screen</i> contoh menampilkan makanan/minuman/barang secara <i>full</i> (semuanya).</p>

b. Butir Masalah

Dengan pembuatan aplikasi ini kami berharap dapat menyelesaikan masalahmasalah yang sudah kami bahas di bab sebelumnya. Masalah yang utama menurut kami adalah kurangnya kesadaran masyarakat akan adanya UMKM di sekitar mereka sehingga mereka lebih memilih untuk membeli makanan atau barang lainnya di tempat lain yang banyak direkomendasikan orang lain. Kami membuat fitur pencarian yang berbeda dibanding aplikasi lain yang sudah ada sebelumnya, yaitu fitur ini menempatkan UMKM yang terdekat dengan konsumen di paling atas. Selain itu kami juga memiliki fitur pencarian berdasarkan beberapa kategori dengan tujuan untuk memudahkan penjual maupun pembeli.

Di masa pandemi sekarang mobilitas harus dibatasi demi memotong penyebaran covid-19. Hal ini menyulitkan para pedagang UMKM untuk mengembangkan usaha mereka. Dorongan untuk membuka *online shop*-nya menjadi semakin besar tetapi dengan adanya *online shop* ini tanpa adanya kesadaran atau pengetahuan dari masyarakat sekitar hal ini tidak akan membantu. Oleh sebab itu, dengan adanya aplikasi ini kami mencoba memudahkan pembeli dan penjual dengan cara menghubungkan aplikasi kami ke *online shop* mereka.

BAB IV

ANALISIS SWOT

Berikut ditampilkan analisis SWOT dari Lokalin,

- *Strength*

1. Lokalin merupakan aplikasi unik yang dapat membantu UMKM yang kurang menonjol dalam pemasaran untuk mendapatkan kesempatan lebih dalam berekonomi
2. Lokalin dapat membantu proses pemesanan dengan langsung mengalihkan user ke *e-commerce* yang tersedia
3. Jangkauan barang yang dicari lebih luas, tidak hanya produk namun juga sandang dan pangan
4. Karena toko yang direkomendasikan adalah toko terdekat, maka proses pembelian juga akan berlangsung dengan cepat

- *Weakness*

1. Perlu melakukan observasi lapangan untuk mendata UMKM yang memiliki kekurangan dalam penjualan dan apakah UMKM tersebut sudah terdaftar di salah satu *e-commerce* yang ada
2. Beberapa fitur pada Lokalin mungkin sudah tersedia pada aplikasi *ecommerce* tertentu

- *Opportunity*

1. UMKM yang tidak pernah terdengar sebelumnya akan mendapatkan *engagement* yang lebih banyak
2. Aplikasi Lokalin cukup unik dan tidak memiliki banyak kompetitor

- *Threat*

1. Para *user* yang tidak memperdulikan akan UMKM yang tidak pernah terdengar sebelumnya mungkin tidak akan memakai Lokalin
2. Lokalin berpotensi untuk dimanfaatkan oleh oknum untuk meningkatkan penjualan mereka dimana mereka tidak terlalu membutuhkannya

BAB V

RANGKUMAN DAN KESIMPULAN

A. RANGKUMAN

UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Akibat pandemi COVID-19 pemerintah menerapkan kebijakan untuk mengurangi kontak fisik seperti PSBB dan PPKM. UMKM yang masih melakukan transaksi secara langsung tidak dapat menjual dagangannya. UMKM juga masih mengandalkan pemasaran sederhana seperti *mouth to mouth marketing* dan tidak menggunakan media sosial. Akibatnya UMKM yang ada disekitar masyarakat kurang terlihat.

Maka dari itu, kami memiliki ide untuk pembuatan aplikasi yang akan membantu pemasaran UMKM. Aplikasi tersebut akan menawarkan barang dagangan terutama yang berada di sekitar tempat konsumen berada. Aplikasi ini akan menawarkan barang-barang lokal buatan UMKM. Satu fitur yang direncanakan adalah pencarian berdasarkan lokasi. Dagangan yang berada di paling atas kolom pencarian adalah yang terdekat dari konsumen. Dengan adanya aplikasi ini diharapkan UMKM dapat dikenal orang-orang disekitarnya serta memiliki tempat untuk berjualan yang jelas.

Aplikasi ini memiliki kelebihan seperti membuat UMKM lebih menonjol, membantu proses pemesanan, jangkauan yang luas, dan pembelian yang berlangsung cepat. Kelemahannya adalah perlunya pendataan dan fitur aplikasi yang sudah ada pada aplikasi lain. Kesempatan yang dimiliki aplikasi ini adalah UMKM yang akan mendapatkan ikatan konsumen yang lebih banyak dan aplikasi unik serta belum banyak kompetitor. Ancamannya adalah masyarakat yang kurang tertarik memakai aplikasi dan pengguna yang tidak terlalu membutuhkan aplikasi sehingga pengguna yang butuh terancam.

B. KESIMPULAN

Design thinking adalah sebuah pola pikir kita dalam menyelesaikan sebuah masalah berbasis solusi produk. Dengan menggunakan proses design thinking dikumpulkan informasi tentang UMKM yang memiliki masalah menjual dagangannya karena pandemi. Maka dibutuhkan metode pemasaran yang dapat membuat UMKM lebih terlihat. Solusinya adalah pembuatan aplikasi yang menawarkan dagangan UMKM yang berada di dekat konsumen.

BAB VI PEMBAGIAN TUGAS

Bagian Laporan	Nama
Bab I Latar Belakang yang dibahas + sasaran produk	Akmal, Fikron
Bab II Tahapan desain thinking	Fiya, Dimas, Divac
Bab III Mockup	Divya
Bab III Butir masalah yang diselesaikan	Divac
Bab IV Analisis SWOT terhadap solusi	Fajar
BAB V Rangkuman dan kesimpulan dari solusi yang dibuat	Daffa
Bab VI Pembagian Tugas	Akmal, Divya, Daffa, Dimas, Divac, Fajar, Fiya, Fikron.
Lampiran	Dimas, Fiya
Dafpus	Akmal, Divya, Daffa, Dimas, Divac, Fajar, Fiya, Fikron.

LAMPIRAN

NOTULENSI

Meet 1, 25 Juli 2021:

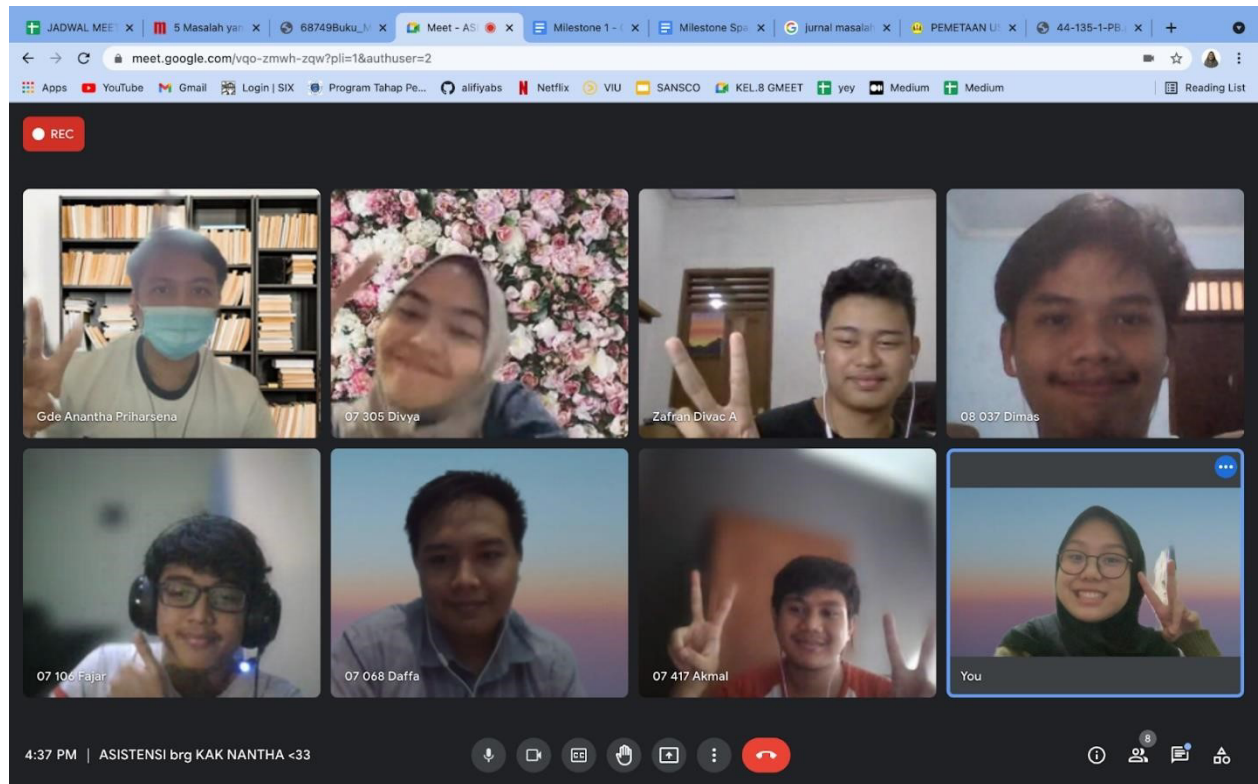
Keterangan	Isi
Ide	<p>Fajar : kita foto lagi buang sampah di tempatnya terus foto di app nya, terus dapet poin nya</p> <p>Fikron : atau buat kayak atm aja gitu masukin ke mesinnya terus dapet duit deh</p> <p>Fajar : https://technoblogitb.blogspot.com/2021/03/lets-save-earth-withthis-upcoming.html</p> <p>Fikron: Jadi masalahnya itu kita gak tau ni tumbuhan apa gitu jadi perlu aplikasi tugasnya Fajar Alifiya : https://tulisanmbakpia.blogspot.com/2021/03/solusi-masalah-airbersih.html</p>
Kesimpulan	Karena masih ada yang ngerjain artikel juga jadi kayaknya untuk malam ini dicukupkan di pemilihan ketua dulu sama menampung ide yang barusan itu

Meet 2, 27 Juli 2021

Keterangan	Isi
------------	-----

Ide	<p>Divya : 1. Aplikasi yang yang bisa nge direct ke web pemerintah yang penting.</p> <p>2. Aplikasi yang ngedirect ke usaha-usaha kecil (UMKM) yang ada di sekitar (3) banyak kategori, makanan, minuman, barang, dll.</p> <p>3. Aplikasi yang mengolah berita hoax</p> <p>Fikron : 1. Aplikasi/Sistem yang mendeteksi katarak (1)</p> <p>Fajar dan Fikron : UMKM Se-Indonesia tapi ada filter daerah gitu</p> <p>Fajar : Membuat Aplikasi kalo ada yang kena Covid bisa daftar ke aplikasi itu dan bisa ngetrack orang yang sedang kena Covid (2)</p> <p>Divya : Aplikasi buat mengetahui Shelter hewan disekitar</p>
	<p>Fikron : Aplikasi buat nanyain apakah barang disekitar tuh penting apa nggak (3). Banyak barang yang ga kepake, jadinya barang yg gakepake itu bisa dijual atau nggak, banyak yg kebingungan juga barang itu relevant buat disimpan atau tidak, kalo nggak bisa dijual atau disedekahin.</p> <p>Divya : Aplikasi buat penderita Mental Illness, bot buat curhat random, tujuannya lebih ke orang-orang kurang mampu</p>
Kesimpulan	Kita memakai ide usaha kecil UMKM dahulu dan merancang konsepnya

Asistensi, 29 Juli 2021



Kak Nantha : Jadi yang kakak tangkep ide kalian tuh mirip dengan go-product, tapi kyk di video kemaren, go-product tuh gak ngejawab masalah ada. Kalo kalian mau bikin aplikasi ini, harus ada pembeda supaya masalah nya terjawab gitu

Divya : kalo menurut aku yang ngebedain itu kita kayak ngebantu aja karena ujung ujungnya kita ngedirect ke gofood tokopedia shoppe. Yang beda adalah di kita itu kita bikin menarik penampilan dari umkm tadi

Kak Nantha : tempat ngiklan?

Fajar : jadi mungkin yang ngebedain kalo di gojek kalo kita nyari yang keluar yang top rating. Mungkin di aplikasi ini kita bisa sort umkm yang ada di sekitar kita

Kak Nantha : urutan nampilnya gimana?

Fajar : sort by location, dan langsung ngedirect ini umkm ada di platform apa

Kak Nantha : aku ngerasa kalian tuh masih terlalu general. Saran aku manfaatin lagi step stepnya design thinking. Soalnya yang aku tangkap kalian tuh bahasanya dari solusi dulu baru ke masalah. Contoh umkm, kalian belum ngegali separah apa gitu. Jadi menurut aku kalian tuh untuk masalahnya belum mendetail. Tapi menurut aku sih nice idea. Tapi lebih baik lagi kalau kalian bisa mendalami lagi masalahnya.

Divya : kalo masalah yang fikron gmn tuh kak?

Kak Nantha : ya sebenarnya bisa saja kalian gabungkan tapi bakalan ribet. Saran aku ambil aja satu masalah tapi mendetail. Dan kayaknya bakalan ribet bagaimana konekin dua duanya. Manfaatin di emphasize nya. Dari situ baru kalian rangkum kalian define. Baru deh ideate.

Divya : sebenarnya aku ngide ini tuh dari masalah dulu gitu kayak sekarang banyak umkm tapi ga kelihatan sama orang sekitar.

Kak Nantha : kalo kayak gitu gapapa, tapi menurut aku kalian belum detail aja soalnya aku baru liat yang kalian tulis aja. Di detailin sih better soalnya ini kan proposal

Divya : dari ide ide ini menurut kaka yang paling menarik yang mana?

Kak Nantha : jujur yang shelter tu menarik sih, misalkan berangkat dari kucing kucing itu yang gak terawat gitu. Mungkin itu masalah sepele tapi menarik. Soalnya aku gatau itu exist apa nggak di playstore. Waktu masuk himpunan ada komunitas hewan bikin aplikasi kyk gitu tapi aku lupa namanya apa.

Kak Nantha : pastikan kalian melakukan semua dari design thinking sampe prototype karena itu tujuan dari tugas milestone ini.

Divya : mockup itu tampilan aplikasi kan?

Kak Nantha : iya bener

Kak Nantha : make sure semua materi sparta tu kepake gitu kyk empathy map dan 5 whys mungkin. Dulu aku pake masalahnya blm banyak orang punya growth mindset, disitu kita nyediain beberapa produk kayak video, artikel, task schedule. Supaya hidup tertata bisa ngembangin growth mindset. Terus ada fitur kontrak gitu

dengan anggapan kalo udah kontrak tuh bakal komit. Isi kontrak nya itu kayak visi hidup dan capaian-capaian.

Kak Nantha : di bagian empathy tuh lebih di jelasin prosesnya gimana kalian nyelidik masalahnya. Gimana kalian empatize nya. Bisa dari wawan, observasi, jurnal bisa

Kak Nantha : sasaran produk tuh kyk kira kira siapa yang make. Misalkan gue dulu targetnya mahasiswa Indonesia. Kalo bisa sesuain target kaian dengan mockupnya, jadi saling berkesinambungan aja gitu.

Kak Nantha : bikin presentasi kira kira 15-20 menit

DAFTAR PUSTAKA

Indonesia, C. N. N. (2021, March 8). *Indef Sebut 90 Persen Produk E-COMMERCE Ri Berasal dari Impor*. ekonomi.

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210308155324-92-615137/indef-sebut90-persen-produk-e-commerce-ri-berasal-dari-impor>

Peran umkm dalam Perekonomian Indonesia - UMKM KOPERASI. UMKM Koperasi - Menyatukan UMKM & Koperasi untuk Perekonomian Indonesia yg lebih baik. (2021, March 2).

Putra, Dwi Aditya & Azzura, Siti Nur. *Produk Impor Kuasai Situs Belanja Online*.

<https://www.merdeka.com/khas/produk-impor-kuasai-situs-belanja-online.html>

diakses pada tanggal 30 Juli 2021

Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

Sarwono, H. A. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)*. Bank Indonesia Dan LPPI, 1–135