



Keberlanjutan Usaha dan Daya Saing Pasar Minuman Sarabba Kota Makassar di Masa Pandemi Covid-19

Thamrin Tahir^{1*}

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar

Article History

Received May 15, 2022
Approved May 26, 2022
Published June 09, 2022

Keywords

Market Competitiveness, Business Sustainability, Covid-19

JEL Classification

M10

How to Cite

Tahir, T. (2022). Keberlanjutan Usaha dan Daya Saing Pasar Minuman Sarabba Kota Makassar di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 300-309

Abstract

This study uses a qualitative method to determine the competitiveness of traditional sarabba drinkers in this pandemic era against business sustainability in the Cerekang River environment. By using data coding techniques in analyzing, we can interview directly openly. The results show that the competitiveness of traditional Sarabba beverage business actors is still lacking, but the lack of Sarabba business actors still greatly impacts business sustainability, by increasing consumer interest so that the Sarabba business can be more advanced than before.

*Thamrin Tahir

Jl. Raya Pendidikan Kampus Universitas Negeri Makassar
Kota Makassar, Sulawesi Selatan,
e-mail: thamrin@unm.ac.id

PENDAHULUAN

Di wilayah Makassar kita sudah tidak lagi asing mendengar kata sarabba dimana sarabba merupakan minuman yang menggunakan sari jahe dan rempah yang dicampur dengan susu. Sarabba juga kerap digunakan sebagai obat untuk mencegah flu, demam, serta menambah stamina yang dapat memperkuat daya tahan tubuh.



Pelaku usaha di Makassar menjadikan minuman sarabba sebagai penghasilan yang dapat menguntungkan, dimana lokasi tersebut berada di jalan Sungai Cerekang Makassar. Ada banyak penjual sarabba di jalan Sungai Cerekang namun ada satu yang paling lama sejak 1983.

Dengan bertambahnya pelaku usaha yang berjualan di jalan Sungai Cerekang menjadikan hal tersebut sebagai tambahan daya saing usaha. Berawal dari jualan sarabba di pasar sentral, dimana saat itu kawasan jalan Sungai Cerekang banyak berderet jualan makalah bekas. Meski sempat berpindah tempat namun jalan Sungai Cerekang ialah tempat yang sangat produktif untuk berusaha minuman sarabba.

Dengan adanya pandemik ini, sarabba minuman yang mirip dengan wedang jahe menjadikan salah satu pendapatan yang tidak seperti biasanya, namun dengan menjual minuman sarabba, minuman ini juga menjadi obat tradisional yang banyak dikonsumsi masyarakat saat masuk angin, dan tenggorokan sedikit serak. Perlu diketahui komposisi sarabba, di dalamnya ada campuran rempah-rempah yang khas yaitu jahe, gula merah, merica dan santan.

Rasa minuman sarabba ialah hangat pedas manis yang langsung terasa hangat di mulut dan tenggorokan, aromanya yang khas lebih menggugah selera. Saat malam hari adalah waktu yang tepat untuk minum sarabba sebab suhu udara yang dingin, dapat dihangatkan dengan segelas sarabba. Selain menikmati suguhan minuman sarabba, kita juga ditemani alunan musik dari para pemusik jalanan. Kawasan ini kerap menjadi pilihan tempat hangout yang asik untuk semua kalangan.

Dengan adanya pandemik ini para penjual minuman sarabba khususnya di jalan Sungai Cerekang membuat ekonomi menjadi melemah dan daya saing lebih ketat dari sebelumnya. Para penjual minuman sarabba tidak patah semangat untuk tetap melanjutkan usahanya, karena beberapa para pecinta minuman sarabba tidak menghalanginya untuk datang ke jalan Sungai Cerekang untuk meminum sarabba, sebab minuman sarabba ini juga dapat memperbaiki dan menambah imun pada tubuh.

Akibat adanya pandemi ini para pecinta minuman sarabba tetap diperbolehkan untuk berkumpul dan meminum sarabba di jalan Sungai Cerekang dengan catatan tetap mengikuti peraturan menggunakan masker lebih tepatnya mematuhi protocol pandemi.

KAJIAN PUSTAKA

Pandemi Covid-19 yang telah masuk diseluruh penjuru dunia yang mengakibatkan berbagai macam permasalahan. Salah satu permasalahan yang sangat jelas dirasakan oleh masyarakat Indonesia mengenai perekonomian terkhusus bagi para pelaku Pasar Modal. Virus corona sangat cepat menginfeksi orang yang sudah lanjut usia, memiliki riwayat penyakit kronis, dan paling umum adalah orang yang memiliki daya tahan tubuh atau imun yang rendah.

Berdasarkan pada data internal, maka suatu perusahaan penyedia jasa layanan kasir digital yang ada di Indonesia kini terjadi penurunan pada pendapatan harian industri kuliner yang signifikan. Hal ini dapat disebabkan dengan adanya himbuan untuk tetap melaksanakan dan mematuhi protocol kesehatan selama



pandemi ini dengan menyarankan masyarakat agar tetap tinggal di rumah guna untuk dapat mencegah penyebaran virus covid agar tak semakin meluas. Ahmad dan Steet dalam (Kho, Guan Khai, Yap Wai Onn, Rozitaayu Bt Zulkifli, Shamini Kandasamy & Azrina Bt Ahmad, 2020) tingkat buruknya wabah Covid-19 belum pernah terjadi sebelumnya sehingga menjadi dampak pelemah bagi perekonomian, memangkas tuntutan dan mengganggu rantai supply yang sangat mempengaruhi kinerja pasar modal. Menurut Midura dalam (Luh Devany & Maria Jacinta Arquisola, 2020) Pegawai penjualan tidak dapat bekerja dengan efektif terutama untuk jenis penjual yang membujuk pembeli dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui interaksi tatap muka karena ada kemungkinan besar bahwa kinerja mereka akan menurun dan beresiko selama isolasi sosial di Covid-19. Dampak pada virus Covid-19 terhadap perekonomian di Indonesia khususnya pada bidang pasar modal baik secara global maupun di Indonesia itu sendiri telah diteliti sebelumnya.

Susilowati (2020) dalam penelitiannya tersebut "*Impact of Covid-19 Pandemic on The Economy*" of Indonesia yang mengatakan bahwa untuk memperbaiki dampak dari virus pandemi ini terhadap perekonomian, pemerintah harus terus mengoptimalkan potensi yang ada di wilayah Indonesia. Dalam *ASEAN Policy Brief Economic Impact of Covid Outbreak on ASEAN* yang telah disebutkan bahwa pemerintah harus terus memberikan perhatian pada sekumpulan orang-orang yang paling terdampak pandemi virus ini dan Pasar modal adalah salah satu yang paling berpengaruh. Menurut Hanoatubun Pandemi Covid-19 telah membawa berbagai jenis-jenis dampak dalam perekonomian di wilayah Indonesia ini sebagaimana yang telah dialami saat ini, yaitu kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan, sulit memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, dan tidak memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan perharinya, serta juga banyak pula kesusahan yang kini diterima dari semua sektor perekonomian di Indonesia, lain di dalam semua bidang juga kini telah merasakan dampak dari kerugian Covid ini.

Keberhasilan dalam menjalankan pengembangan pasar yang terutama pada industri yang kecil dimana tergantung pada beberapa faktor. Menurut Tambunan pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa: Perkembangan yang ada pada industri kecil dapat kita ubah dan menentukan sejumlah atau beberapa faktor diantaranya, yaitu tingkat pada pendidikan, pengusaha dan perusahaan. Oleh karena itu pendidikan adalah salah satu unsur yang dapat mengubah atau memperbaiki sikap dan perilaku, untuk meningkatkan atau mewujudkan serta mampu untuk mengembangkan daya pola pikir dan wawasan serta memudahkan pengusaha untuk dapat berkembang dan aktif menyerap informasi yang sifatnya kini membawa pembaruan serta kemajuan bagi usahanya. Menurut Ligthelm (2010) beberapa faktor tersebut menjadi penyebab kuat agar suatu dalam bisnis dapat tetap bertahan yaitu, dengan adanya kompilasi rencana bisnis, adanya pembaharuan rencana bisnis reguler, menganalisis pesaing, kemudahan memasuki bisnis baru serta kemampuan perhitungan atau kalkulasi resiko (Anis Dwi astanti & Gusnar Mustapa 2020). Semakin banyak yang kini membangun usaha baru di pasar modal. Pada suatu



daerah karena dengan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar yang biasa disebut PSBB merupakan istilah dari karantina kesehatan yang ada di Indonesia itu sendiri sehingga banyak orang kini yang memutar otak atau pemikiran untuk berfikir dengan kreatif agar mampu memperbaiki strategi bisnis dalam menggunakan sistem teknologi pada era pandemi seperti sekarang ini dengan hanya memanfaatkan internet sebagai alat atau media untuk mempromosikan suatu barang atau produk. Dalam penciptaan lapangan kerja dan memainkan peran baik di sektor jasa maupun sektor produksi di banyak negara.

Menurut Francis (2015), Peran ini digunakan oleh pasar dapat dilihat dari produksi produk dan penawaran jasa. Drama panjang sebelum ditemukannya vaksin Covid-19 masyarakat khususnya di Indonesia menjaga atau meningkatkan daya tahan tubuh ditengah pandemi yaitu dengan cara memanfaatkan tanaman herbal yaitu jahe. Jahe dikenal dengan manfaat besar bagi manusia khususnya untuk kesehatan yaitu mampu memperbaiki peredaran darah, mampu meningkatkan gairah seksual, mampu menghambat dan mencegah terjadinya ejakulasi sejak dini, mampu meningkatkan sistem kekebalan tubuh untuk merangsang regenerasi tubuh, mampu menghangatkan tubuh, serta anti radang (Mahendra, 2005).

Jahe merupakan salah satu bahan dari olahan rempah-rempah hasil dari pertanian yang kini sudah banyak sekali digunakan di dalam dunia industri dan bisnis khususnya perdagangan. Beberapa peneliti lain menekankan bahwa jahe memainkan peran penting dalam Ayurveda obat tradisional Cina, Arab dan Afrika digunakan untuk mengobati sakit kepala, mual, masuk angin, rematik, ketidaknyamanan otot dan peradangan (Baliga et al. 2011; Dehghani dkk. 2011). Dengan berbagai manfaat tersebut maka jahe diolah agar lebih nikmat untuk dikonsumsi. Selain itu, memanfaatkan bahan baku dan bahan penolong dari produk lokal yang umumnya diperoleh secara tradisional dari pasar (Sudaryanto & Wijayanti, 2013).

Minuman yang sehat dapat di artikan minuman yang mampu mengembangkan fungsi fisiologis badan seperti mampu mencegah stress, mencegah kandungan pada kolesterol, mengembangkan sistem pertahanan pada tubuh guna dapat menjauhkan kanker, membantu mengembangkan fungsi pada otak dan lain sebagainya disamping itu minuman ini juga mempunyai rasa serta aroma yang lezat dan kandungan gizi yang sesuai BPTP. Di Makassar terdapat minuman khas yang berbahan dasar jahe yaitu Sarabba minuman ini sangat populer di Makassar baik dikalangan remaja hingga orang dewasa. Selain menyehatkan minuman ini sangat enak untuk dikonsumsi selagi hangat yang diolah dengan sari jahe, gula merah/aren dan santan kelapa. Di kota Makassar tepatnya di jalan Sungai Cerekang adalah kawasan tempat untuk minum sarabba juga sebagai tempat tongkrongan anak remaja hingga dewasa. Usaha kuliner ini sedang menghadapi pengembangan yang relatif pesat, yang mengakibatkan semakin banyaknya orang-orang untuk tetap mampu menjalankan usaha. Menurut Mulyadi dalam (Finky Aditya, 2020) salah satu yang mempengaruhi pendapatan perusahaan adalah strategi pemasaran. Masalah keberlanjutan masih



menjadi masalah utama yang saat ini dihadapi oleh bisnis ini. Menurut Yuli, Berbeda dengan bisnis makanan dan minuman besar, makanan dan minuman memiliki tingkat yang tinggi kompetisi.

Pada pemilik usaha sarabba bukan hanya sekedar sebagai pemilik atau produsen tetapi juga dapat mampu berperan aktif untuk proses produksinya sampai proses yang melayani pelanggan. Hal ini telah menunjukkan aktivitas proses produksi dan proses pemasaran yang merupakan kegiatan dari ekonomi dan tidak mampu berdiri sendiri tetapi dapat senantiasa memperlihatkan adanya saling ketergantungan pedagang atau produsen dan tenaga kerjanya masing-masing. Menurut Rafidah (2019) perlu adanya strategi dalam perdagangan yang kini merupakan salah satu langkah atau cara yang dilakukan agar produsen dapat mempertahankan kelangsungan hidup mereka dalam usaha yang akan dilakukan serta dijalankan oleh pedagang kaki lima. Adanya strategi seperti ini sangat diharapkan dapat meningkatkan serta kesejahteraan dalam keluarga pedagang dikarenakan kesejahteraan dalam keluarga paling penting sekali untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur. Mungkin juga sekali untuk dapat mencapai masyarakat yang makmur lebih mudah dari pada untuk mencapai masyarakat yang adil, pertama sangat berhubungan erat dengan kesejahteraan material, sedangkan yang ke dua lebih banyak berhubungan dengan kesejahteraan moral.

Seperti nama lokasinya yang berada di jalan Sungai Cerekang, dimana sepanjang jalan kita akan menemui warung-warung usaha minuman sarabba, diantaranya ada yang mulai beroperasi dari sore hari, ada pula yang memulai beroperasi di malam hari. Selain menikmati suguhan minuman sarabba, kita juga ditemani alunan musik dari para pemusik jalanan. Kawasan ini kerap menjadi pilihan tempat hangout yang asik untuk semua kalangan. Sungai cerekang merupakan lokasi yang sangat begitu strategis sehingga telah menjadi daya tarik bagi penduduk setempat. Tempat ini juga merupakan salah satu jenis usaha teramai yang terdapat di kota Makassar, selain menu khas sarabba adapun beberapa produk lain yang mereka ditawarkan semacam gorengan seperti: pisang goreng, ubi goreng, dan menu lainnya. Berkembangnya jumlah usaha atau makanan atau minuman akan mengembangkan juga tingkat ketatnya persaingan yang terkhusus pada usaha yang kini menyajikan produk usaha kuliner yang sama dan sejenisnya (Masengii, 2014).

Namun semenjak adanya pandemi ini, para pelaku usaha minuman sarabba harus mengikuti peraturan. Akibat dari peraturan tersebut pendapatan para pelaku usaha sangat berpengaruh, dimana keuntungan di awal sebelum pandemi sangatlah berbeda dengan pandemik saat ini yang harus melakukan pembatasan sosial pengunjung sehingga para konsumen berkurang, lebih tepatnya sepi. Maka dari itu hal tersebut membuat pendapatan pelaku usaha minuman tradisional menjadi terganggu dan keberlangsungan usaha serta banyaknya pesaing lain membuat usaha minuman tradisional ini kesulitan untuk beradaptasi.

Maka dari paparan diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui daya saing pelaku minuman tradisional sarabba di era pandemi ini terhadap keberlanjutan

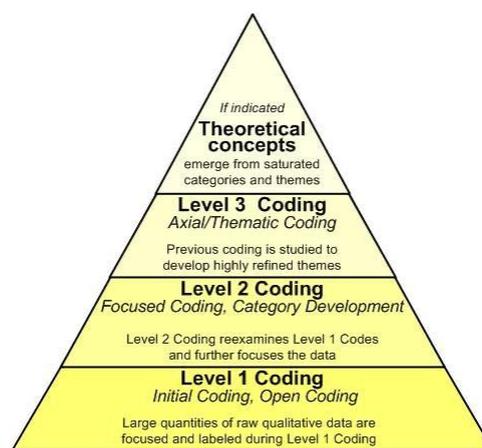


usaha yang menjadi jualan pokok masyarakat di lingkungan Sungai Cerekang. Kami menggunakan daya saing Porter's, kajian ini di tulis agar adanya daya saing pada suatu negara yang ditentukan oleh kemampuan dari industri untuk dapat melakukan inovasi serta meningkatkan kemampuannya, berdasarkan pada teori Porter's *theory competitiveness*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk menggambarkan hasil. Penelitian kualitatif deskriptif buat mendeskripsikan hasil pemeriksaan secara tertulis dari hasil wawancara, atau menurut sesuatu yang dicermati sang peneliti selama di lapangan. Sesuai menggunakan tujuan utama penelitian yang dilakukan peneliti memakai cara pendekatan kualitatif untuk mengetahui daya saing pelaku minuman tradisional sarabba di era pademi ini terhadap keberlanjutan usaha di lingkungan sungai cerekang.

Populasi dalam kajian ini merupakan para pengusaha minuman tradisional sarabba yang berlokasi di wilayah jalan Sungai Cerekang. Strategi pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, Serta teknik analisis data menggunakan metode *coding* data. Dalam melakukan pengkodean sistem ada 2 fase yang dilalui diantaranya *introductory coding* dan *centered coding*. Berkaitan dengan tinjauan ini, pengkodean adalah suatu rangkaian informasi dengan nama pendek sampai informasi tersebut menunjukkan kemiripan dengan informasi yang berbeda. Tahapan pengkodean informasi dalam kajian ini terlampir pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Tahapan *Coding* Data

Sebelum melakukan penelitian, kami telah meminta persetujuan untuk melakukan wawancara. Peneliti melakukan wawancara langsung kepada responden dengan memberikan beberapa pertanyaan terbuka. Pertanyaan terbuka tersebut kami lampirkan pada Tabel 1 di bawah ini.



Tabel 1. Pertanyaan Penelitian

| No | Pertanyaan Terbuka |
|----|---|
| 1 | Apakah selama pandemi pendapatan yang diperoleh mengalami kenaikan atau sebaliknya? |
| 2 | Apakah anda mempunyai strategi maupun inovasi selama pandemi? |
| 3 | Apakah anda mengalami masalah yang dialami/dihadapi selama pandemi? |
| 4 | Apakah anda memanfaatkan teknologi (media sosial) sebagai ajang promosi? |

Sumber: Arsip Peneliti (2022)

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan jawaban dari narasumber, selanjutnya jawaban tersebut diolah kembali dengan melakukan *coding* data. Agar lebih jelas bisa diperhatikan jawaban dari informan di Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil *Coding* Data

| Pertanyaan | Jawaban Informan |
|--|--|
| Pendapatan yang diperoleh mengalami kenaikan atau sebaliknya (<i>Coding A1</i>) | Terus terang pendapatan yang saya peroleh mengalami penurunan selama pandemi dikarenakan pelanggan takut kena razia. (<i>Coding A1.1</i>) |
| Strategi dan inovasi (<i>Coding A2</i>) | Tidak ada, sebab selama adanya pandemi ini kita hanya masih menggunakan strategi seperti biasa. (<i>Coding A2.1</i>) |
| Masalah yang dialami/dihadapi selama pandemic (<i>Coding A3</i>) | Jika berbicara tentang masalah tentunya masalahnya ada pada pelanggan saya, sebab pelanggan berkurang akibat adanya pandemi. (<i>Coding A3.1</i>) |
| Memanfaatkan teknologi (media sosial) sebagai ajang promosi (<i>Coding A4</i>) | Untuk saat ini belum, karena sudah banyak masyarakat yang tau kalau di sini tempat untuk minum sarabba. (<i>Coding A4.1</i>) |
| Pertanyaan | Jawaban Informan |
| Pendapatan yang diperoleh mengalami kenaikan atau sebaliknya (<i>Coding A1</i>) | Terus terang pendapatan yang saya peroleh mengalami penurunan selama pandemi dikarenakan pelanggan takut kena razia. (<i>Coding A1.1</i>) |
| Strategi dan inovasi (<i>Coding A2</i>) | Tidak ada, sebab selama adanya pandemi ini kita hanya masih menggunakan strategi seperti biasa. |



| | |
|---|--|
| | <i>(Coding A2.1)</i> |
| Masalah yang dialami/dihadapi selama pandemic <i>(Coding A3)</i> | Jika berbicara tentang masalah tentunya masalahnya ada pada pelanggan saya, sebab pelanggan berkurang akibat adanya pandemi. <i>(Coding A3.1)</i> |
| Memanfaatkan teknologi (media sosial) sebagai ajang promosi <i>(Coding A4)</i> | Untuk saat ini belum, karena sudah banyak masyarakat yang tau kalau di sini tempat untuk minum sarabba. <i>(Coding A4.1)</i> |

Sumber : Hasil olah data (2022)

Dengan meningkatnya penyebaran Covid-19, pemerintah menyatakan pandemi berdampak langsung terhadap perekonomian di Indonesia. Selama pandemi Covid-19 banyak pelaku usaha yang terdampak salah satunya usaha minuman tradisional yakni sarabba di kota makassar. Hal tersebut terjadi karena kurangnya aktivitas masyarakat, terkendalanya transportasi yang menyebabkan sulitnya memperoleh bahan baku, dan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap produk (Hardilawati, 2020). Zefanya Diva Santika (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ketika terjadi penurunan pendapatan UMKM dapat ditanggulangi dengan merubah model bisnis.

Berdasarkan hasil data yang didapatkan ditemukan bahwa pelaku usaha minum sarabba belum menerapkan inovasi maupun strategi. Hal ini sangat di sayangkan dikarenakan pelaku usaha seharusnya melakukan sebuah inovasi dan strategi untuk membuat pelanggan tertarik dan tidak beranjak ke tempat lain. Inovasi menurut Tjiptono (2008) adalah penerapan suatu ide menjadi produk atau proses baru. Peningkatan inovasi produk, menurut Suendro (2010) akan mempengaruhi kinerja pemasaran dan mendorong keunggulan bersaing dalam jangka panjang. Cara agar dapat meningkatkan daya saing serta pendapatan yakni dengan melakukan pengembangan produk (M. Husain Kasim, 2021). Turunnya pendapatan yang mengakibatkan pelaku usaha perlu untuk dapat memasarkan produknya dan menarik minat konsumen untuk menaikkan kembali pendapatan usahanya dan bertahan pada masa pandemi ini.

Menurut Rafidah (2019) perlu adanya strategi dalam perdagangan yang kini merupakan salah satu cara atau langkah yang dilakukan agar produsen dapat dan pertahankan kelangsungan hidup mereka dalam usaha yang akan di lakukan serta dijalankan oleh pedagang kaki lima. adanya strategi seperti ini sangat di harapkan dapat meningkatkan serta kesejahteraan dalam para keluarga pedagang dikarenakan kesejahteraan dalam keluarga paling penting sekali untuk mencapai masyarakat yang adil makmur. Mungkin juga sekali untuk dapat mencapai masyarakat yang makmur lebih mudah dari pada untuk mencapai masyarakat yang adil, pertama sangat berhubungan erat dengan kesejahteraan material, sedangkan yang ke dua lebih banyak berhubungan dengan kesejahteraan moral.



Pada saat ini teknologi telah sudah semakin canggih dan dalam kegiatan pemasaran kegiatan usaha yang sama terjadi persaingan yang ketat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pelaku usaha minuman sarabba juga tidak memanfaatkan teknologi (sosial media) dalam mempromosikan, padahal kekuatan sosial media sangat tinggi dalam mendukung pemasaran. Priambada (2015) mengungkapkan bahwa media sosial sangat bermanfaat dalam memperluas pangsa pasar serta meningkatkan pemasaran. Memanfaatkan teknologi (media sosial) dengan efektif dapat memberikan keuntungan seperti kepuasan pelanggan, penjualan meningkat, biaya pemasaran yang terjangkau dikarenakan hanya bermodalkan jaringan internet (kuota) serta dapat dilihat oleh siapa saja. Marnis (2007) menjelaskan bahwa ada 4 komponen (4c P) atau marketing mix yang meliputi harga, tempat, produk, dan promosi yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan pemasaran; (1) menentukan harga, (2) menyebarkan ke berbagai tempat, (3) mengembangkan harga, (4) serta mempromosikan sehingga dapat terjual.

KESIMPULAN

Dari hasil kajian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan daya saing pelaku usaha minuman tradisional sarabba masih kurang. Dalam era pandemi seperti sekarang ini, pelaku usaha harus maupun pelaku UMKM harus mampu berinovasi agar menunjang keberlanjutan usahanya. Dengan memanfaatkan teknologi yang sudah sangat canggih di era digital ini maka akan mempermudah dalam memperluas jangkauan pemasaran. Pelaku usaha juga diharapkan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya agar dapat berfikir kreatif dalam segala hal untuk menunjang masa depan bisnis yang dijalani dan siap menghadapi tantangan dalam kondisi apapun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Kadir, N. K. (2017). Building strategic competitiveness of UMKM in south sulawesi through strategic leadership, innovation process, enterpreneural orientation and business performance (typology miles & snow and quantitative model typolgy analysis). *atlantis press*, 40.
- Ardian Widiarto, I. A. (2019). Implementation of business strategy in the state-owned corporation. *international journal of economics and accounting research (IJEBAR)*, 3.
- Dimas Hendika Wibowo, Z. A. (2017). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada batik diajeng solo). *jurnal administrasi bisnis*, 40.
- Eko Prasetyo, A. S. (2020). The role of social capital in new products development and business competitiveness enhancement. *research gate*, 9.
- Gusti Agung Surya Tanti, P. E. (2020). Pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milineal di kecamatan buleleng. *JUMAT(Jurnal Ilmiah akuntansi)*, 11.



- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 90-98.
- Irawan, D. (2020). Peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah melalui jaringan usaha. *coopetition: jurnal ilmiah manajemen*, 11.
- M. Husain Kasim, R. B. (2021). Strategi Pemberdayaan UKM Sarabba Rajana Yang Berdaya Saing Di Pasar Produk Minuman Sulawesi Selatan. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT TABIKPUN*, 213-222.
- Mahyarni, M. N. (2018). The effect between readiness and competitiveness through sharia MSME business performance. *PalArchh's Journal of archaeology of egypt*.
- Mia Ayu Wardani, S. M. (2019). Analisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor ban indonesia ke kawasan amerika latin. *jurnal ekonomi dan kebijakan pembangunan*, 6.
- Michael E Porter, J. D. (2019). Competitiveness and stages of economics development. *summary executive*.
- Marnis, *Pengantar Bisnis*, Penerbit Djambatan, 2007
- Priambada, S. (2015). MANFAAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 41-46.
- Rafidah. (2019). Strategi dan Hambatan Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus PKL di Telanaipura Kota Jambi). *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 55–69.
- Setyawan Agus Anton, I. M. (2016). An assessment of SME competitiveness in indonesia. *journal of competitiveness*.
- Suendro, Ginanjar. 2010. *Analisis pengaruh inovasi produk melalui kinerja pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan*. Semarang
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Penerbit: Andi Offset. Yogyakarta.
- Zefanya Diva Santika, M. A. (2020). Penurunan Pendapatan UMKM Akibat Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penalaran dan Penelitian Nusantara*, 150-159.