



## Peningkatan Usaha Jual Bibit Bunga di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Legalitas Usaha dan *Digital Marketing*

Kukuh Dwi Kurniawan ✉, Agustin Dwi Haryanti, Thoufan Nur

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246, Tlogomas, Lowokwaru, Kota Malang, Indonesia

| [kukuhdwik@gmail.com](mailto:kukuhdwik@gmail.com) ✉ | DOI : <https://doi.org/10.37729/abdimas.v5i4.1337> |

### Abstrak

Pandemi Covid-19 telah mengubah tatanan sosial, ekonomi, dan budaya dimasyarakat. Termasuk pada sektor ekonomi dimana pembeli akan mengurangi tindakan jual beli secara tatap muka sebagai sikapantisipasi terpapar virus Covid-19. Ada pembatasan kegiatan keluar rumah, mayoritas masyarakat melaksanakan kegiatan mandiri di rumah masing-masing yang salah satunya dengan memelihara tanaman hias. Dewasa ini, harga tanaman menjadi mahal dikarenakan permintaan yang tinggi. Kondisi ini juga dialami oleh mitra, namun dikarenakan lokasi usaha kurang strategis sehingga kurang dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya selain itu usaha yang dijalankan oleh mitra tidak memiliki legalitas usaha sehingga dalam menjalankan usahanya tidak dapat maksimal dikarenakan keterbatasan legalitas tersebut. Berdasarkan masalah mitra tersebut dilakukan kegiatan untuk mengoptimalkan omset penjualan bunga melalui pemanfaatan digital marketing dan legalisasi usaha. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melakukan pendampingan beberapa pembuatan akun penjualan di marketplace, yakni whatsapp bisnis, Instagram dan shopee dan legalitas usaha berupa perusahaan perorangan usaha dagang. Solusi atas permasalahan tersebut diharapkan dapat menjadi evaluasi kegiatan usaha tersebut menjadi kegiatan usaha yang terpercaya sehingga dapat menjalankan penjualan secara online dapat meningkatkan kredibilitas penjual.

**Kata Kunci:** Usaha mikro, Penjual bunga, Digital marketing, Legalitas usaha, Covid-19



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## 1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 tidak hanya mendatangkan dampak kepada kesehatan namun juga sangat berdampak kepada perekonomian. Sri Mulyani, Menteri Keuangan Indonesia, menyatakan bahwa kondisi proyeksi pertumbuhan ekonomi 2,3% dan kemungkinan terburuk terjun di minus sampai 0,4% (CNN Indonesia, 2020a). Hal ini sangat berdampak kepada UMKM, terutama persoalan *supply* maupun *demand* yang menurun drastis. Pola hubungan sosial di masyarakat mengalami perubahan secara mendadak. Masyarakat membatasi diri dalam berinteraksi antar sesama akibat penerapan *physical* dan/atau *social distancing*. Masyarakat menjadi takut dan menjauhi kerumunan yang mengakibatkan melemahnya semua jenis UMKM (Michelle, 2021).

Ekonom Senior BRI, Anton Hendranata mengatakan "Selama pandemi, pelaku UMKM berdampak signifikan. Sebanyak 84,7 persen UMKM di Indonesia merasakan dampak negatif dari pandemi Covid-19 dan sebanyak 13 persen netral. Hanya 2,3 persen masih positif. Pandemi menyebabkan pendapatan UMKM turun rata-rata 53 persen," sebut Anton. Sebagai informasi OJK telah merestrukturisasi kredit hingga mencapai Rp 932,4 triliun untuk 7,53 juta debitur perbankan hingga 26 Oktober 2020.

Sebanyak Rp 369,8 triliun untuk 5,84 juta debitur berasal dari pelaku UMKM” (Ulya, 2020).

Ditengah pandemi ini, hampir semua sektor terdampak, namun ada beberapa sektor UMKM yang justru dapat menghasilkan *income* yang cukup menjanjikan, salah satunya adanya jual beli bunga. Terhitung sejak melandanya Covid-19 ini menjadikan masyarakat mengurangi aktivitasnya diluar rumah dan memperbanyak tinggal dirumah dengan cara karantina mandiri dirumah atau membatasi bertemu dengan sesama sebagai salah satu cara memutus rantai penularan. Pola pikir ini menjadikan banyak orang memiliki pola pikir yang sama, yakni untuk menghilangkan rasa bosan itu dengan salah satunya memelihara bunga. Dampaknya, permintaan bunga menjadi tinggi dan terjadi kelangkaan bunga sehingga harga bunga menjadi tinggi diluar batas nalar logika (Hasibuan, 2021). Salah satu bunga yang menjadi primadona adalah bunga janda bolong (*monstera adansonii*) yang harganya mulai dari harga ribuan sampai dengan puluhan juta, dan menembus harga Rp 90.000.000,- (CNN Indonesia, 2020b). Perbedaan harga yang sangat mencolok juga terjadi pada jenis bunga yang lain. Jenis bunga *monstera* lainnya yang dahulu Rp 12.000,- per pohon sekarang mencapai Rp 100.000- per pohon.

Fenomena ini juga terjadi pada mitra yang diusulkan oleh tim pengabdian. Nama pemilik usaha adalah Mokhamad Khoirul Anwar. Mitra bertempat tinggal dan sekaligus menjalankan usaha jual beli bunga di Jl. Mbah Joyo 63, RT: 3 RW: 3, Desa Banaran, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Usaha ini dirintis oleh pemilik semenjak lulus sarjana pada tahun 2015. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan terhadap mitra, beliau mengatakan bahwa *“awal dari mengembangkan usaha karena hobi dan ketelatenan memelihara tanaman hias berlanjut hobi ini menjadikan mata pencaharian”*. Mitra membudidayakan tanaman hias dan menjualnya, baik itu berupa bibit maupun tanaman yang sudah siap dijadikan hiasan. Mitra memiliki puluhan jenis tanaman hias tempat usahanya, baik tanaman hias maupun jenis rimpang obat-obatan. Budidaya bibit tanaman bunga yang dikembangkan oleh mitra kegiatan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Bibit bunga

Menurut bapak Khairul Anwar pada awal masa pandemi tempat usaha miliknya dapat memperoleh omset mencapai Rp 5.000.000,- per bulan. Namun pada saat ini mengalami penurunan omset secara drastis yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah banyaknya kompetitor baru berjualan dengan produk yang sama. Sekilas mengenai model kerja tempat usaha tersebut hingga saat ini, dilakukan dengan melayani pembeli dari dalam kota, luar kota hingga luar pulau. Teknik penjualan tanaman yang dilakukan masih sebatas secara langsung berkunjung ke lokasi toko dan selama ini pembeli dari luar kota lebih tertarik pada tanaman bibit karena mereka lebih

mudah membawanya dalam perjalanan selain itu harapan hidup lebih tinggi. Selain melayani penjualan bibit, mitra juga melayani pembelian tanaman siap pajang sesuai kebutuhan dan stok yang dimiliki. Prosedur penjualan di lokasi, disajikan secara display pada rak secara tersusun dari berbagai jenis tanaman sehingga dapat mempermudah untuk memilih bunga yang dicari atau diminati oleh pembeli. Adapun permasalahan, solusi yang dapat dilakukan, dampak yang diharapkan dapat disajikan pada [Tabel 1](#).

**Tabel 1.** Tabulasi permasalahan, solusi dan dampak

Permasalahan	Solusi yang ditawarkan	Dampak yang diharapkan
<b>Masalah Umum</b> - Hampir semua wilayah Bumiaji memiliki usaha yang sama, yakni menjual bunga - Pandemi covid mengurai pembeli secara langsung	Pembentukan badan usaha yang bersifat komersial dengan termasuk perizinan sebagai aspek legalitas dan manajerial pembukuan keuangan yang tertib	- Legalisasi usaha menjadikan usaha ini memiliki validasi akan keterjaminan untuk tidak menjadi jenis usaha yang tergolong dalam penipuan. - Dengan usaha yang mendapatkan legalitas usaha berpotensi berkembang dan dapat menjangkau kemudahan yang disediakan oleh pemerintah.
<b>Masalah Prioritas</b> - Lokasi usaha jauh dari tempat keramaian dan akses jalan utama - Metode penjualan berbasis makelar dijual kepada pengecer besar	- Melakukan penjualan digital marketing melalui pembuatan akun sosial media - Pembuatan konten di marketplace sebagai wadah jual beli secara online	- Penjualan dapat menjangkau pembeli lebih luas - Pembeli lebih tertarik dengan konten yang disajikan dan kemudahan mendapat informasi terkait produk.

Usaha jual bibit bunga yang dilakukan mitra masuk dalam jenis Usaha Mikro sebagaimana klasifikasi menurut UU No. 20 Tahun 2008 dengan kekayaan bersih dibawah 50 Juta dan omset dibawah 300 juta ([Telaumbanua, 2021](#)). Untuk masuk dalam klasifikasi tersebut yang menjadi syarat utama adalah usaha itu harus memiliki legalitas usaha, dikarenakan syarat ini menjadi standar wajib yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Apabila pelaku usaha tidak dapat memenuhi kelengkapan tersebut, mereka akan terkendala untuk memenuhi tuntutan persaingan secara luas. Secara umum kendala yang ditemui pelaku usaha yang tidak membuat legalitas usaha dikarenakan tidak adanya dana pengurusan, susahnya mengurus administrasi dan kurangnya informasi mengenai legalitas usaha ([Kusmanto & Warjio, 2019](#)). Manfaat yang diperoleh pelaku usaha yang melakukan legalitas usahanya mendapatkan beberapa kemudahan yang disediakan oleh Pemerintah berupa pendampingan usaha, pembinaan usaha, bantuan kredit dari perbankan dengan bunga rendah dan bantuan suntikan modal dari pemerintah ([Widayanto et al., 2020](#)).

Pandemi Covid-19 semakin memperburuk para pelaku usaha dalam berkompetisi dalam menjalankan usaha mengingat pukulan terberat selain kesehatan adalah sisi ekonomi (Sugiri, 2020). Untuk menciptakan ketahanan usaha bagi para pelaku usaha ini selain dari Pemerintah, diperlukan inovasi usaha dari pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Inovasi penjualan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi memiliki potensi yang baik untuk berkembang, dikarenakan jangkauan calon pembeli yang lebih luas memiliki dampak meningkatkan penjualan, jika dilakukan dengan pendekatan promosi yang baik (Suharto et al., 2017).

Model penjual melalui media sosial atau e-commerce lebih mendekatkan hubungan antara penjual dengan pembeli tanpa ada batasan dan mudah untuk dioperasikan (Harto & Komalasari, 2020). Tujuan dari pemecahan masalah ini diharapkan mempermudah mitra dalam menjalankan usaha dengan baik di tengah pandemic Covid-19 dan dapat bersaing dengan pelaku usaha jual bibit bunga lainnya

## 2. Metode

---

Metode pengabdian ini dilaksanakan dengan dengan pendekatan pendampingan, pembinaan dan pelatihan dengan mekanisme: (1) Pemecahan masalah umum berupa pendampingan pembentukan legalitas usaha berbentuk Usaha Dagang; (2) Pemecahan masalah prioritas berupa pendampingan pembuatan akun sosial media dan akun *e-commerce* termasuk pembuatan konten penjualan; (3) Melakukan evaluasi kegiatan agar tercapainya dampak yang diharapkan dari pengabdian ini.

Mekanisme teknis pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui 2 (dua) kelompok kerja berdasarkan kepakaran masing-masing pengabdian, yakni Pengabdian dari Fakultas Hukum melakukan pendampingan dalam pembentukan legalitas usaha dan Pengabdian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis melakukan pendampingan dalam pembuatan optimalisasi marketing dan pemanfaatan *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan. Kegiatan ini didasarkan pada penggalan potensi usaha dan keberlangsungan usaha di masa pandemic Covid-19.

Pembentukan legalitas usaha pada saat ini tidak hanya terbatas pada pembuatan akta pendirian saja, namun juga berkaitan dengan perizinan usaha yang sesuai dengan jenis usahanya. Pembentukan badan usaha dilakukan dengan bekerjasama Notaris sehingga dapat harga yang lebih bersahabat, dikarenakan pembuatan akta pendirian usaha dagang hanya dapat dilakukan melalui notaris dan pengurusannya sudah termasuk pada perizinan semisal pendaftaran Nomor Induk Berusaha dan komitmen perizinan lainnya. Terkait pembentukan akun media sosial dan akun *e-commerce* dilakukan pendampingan mulai dari pembuatan akun email untuk tujuan bisnis yang terpisah dengan kepentingan pribadi, dan dilanjut dengan pembuatan akun instagram, whatsapp bisnis dan akun *ecommerce* Shopee. Khusus untuk Shopee dilakukan validasi uang digital *Shopee pay* untuk lebih mempermudah dalam melakukan transaksi dengan memaksimalkan potensi fitur yang disediakan oleh *e-commerce*. Kegiatan lanjutan dengan melakukan pendampingan pengisian konten usaha agar dapat menarik minat pembeli dengan menggunakan memaksimalkan potensi media sosial secara gratis, semisal penggunaan foto yang menarik, tanda tagar sebagai indeksasi kategori jenis produk yang dijual.

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Banaran, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Namun mengingat pelaksanaan kegiatan ini dalam kondisi pandemic Covid-19, maka pelaksanaan pendampingan tidak dilakukan secara langsung namun dilakukan pendampingan secara daring. Menjadi titik tekan dalam kegiatan ini dilakukan diskusi secara berkala dengan tujuan monitoring dan evaluasi keberlangsungan program kegiatan

### 3. Hasil dan Pembahasan

---

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan secara bertahap mengingat prosedur dalam pembentukan badan usaha dan pemanfaatan penjualan secara online memerlukan waktu dalam pembuatannya. Dalam tahapannya kegiatan itu dirinci sebagai berikut:

- a. Persiapan, penentuan alur dan indikator capaian yang diharapkan dari pelaksanaan pengabdian. Pada tahapan ini melakukan koordinasi dengan tim pengabdian dan mitra untuk menentukan teknis pelaksanaan;
- b. Sosialisasi Program, Penjelasan detail kegiatan yang akan dilakukan serta indikator-indikator yang akan tercapai dilanjutkan dengan dampak yang diharapkan;
- c. Pelaksanaan Program yang terdiri dari 3 tahapan:
  - 1) Pembekalan untuk menyamakan cara pandang dalam berusaha dengan legalitas badan usaha dan pemanfaatan digital marketing;
  - 2) Pendampingan peningkatan penjualan melalui digital marketing; dan
  - 3) Pendampingan pengurusan badan usaha dan perijinan.
- d. Diskusi berkala dengan tujuan menemukan hambatan dan solusi agar tercapai sesuai dampak yang diharapkan dari pelaksanaan program pengabdian;
- e. Monitoring dan evaluasi, untuk menjamin kegiatan-kegiatan dapat berjalan dengan baik.

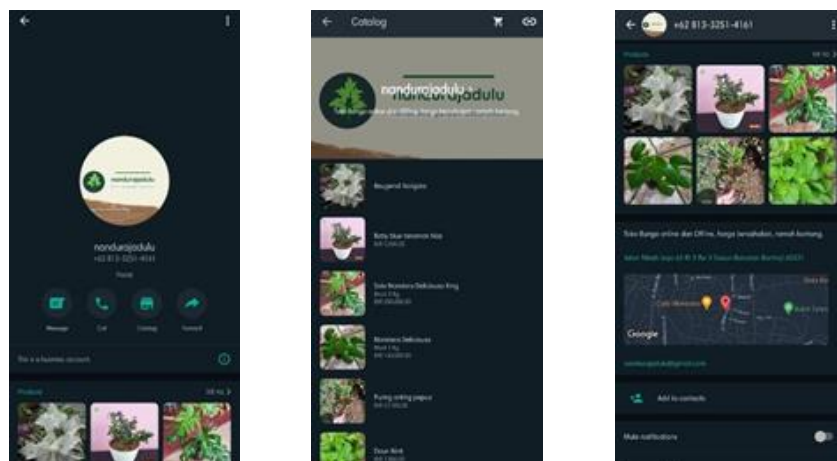
#### 3.1. Pembuatan *Digital Marketing*

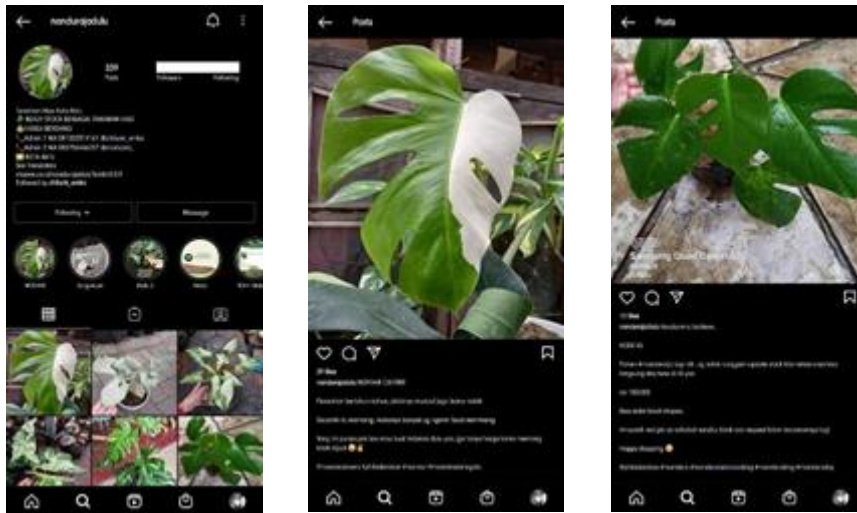
Pada tahapan awal dimulai dengan diskusi melalui daring untuk mencari potensi dari mitra yang dapat dimaksimalkan dan penyamaan sudut pandang tujuan dari kegiatan ini. Dari mitra ditemukan bahwa produk yang dapat dipasarkan secara online cukup bervariasi dan memiliki daya saing dari sisi kualitas maupun harga. Memaksimalkan potensi yang ada dengan melakukan identifikasi produk dengan mengorganisir berdasarkan *genus* dan *spesies* untuk mempermudah dalam melakukan kategorisasi dalam pengelompokan penempatan produk dan pemeriksaan stok. Contoh tanaman hias yang telah dikembangkan mitra disajikan pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Tanaman hias mitra

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut menjadi modal dalam pembuatan konten media sosial dan e-commerce. Dimulai dari instagram yang dibuat dengan memasukkan konten berupa foto yang baik dan dapat memikat pembeli dengan diberikan keterangan yang mendetail terkait produk bunga senyatanya terkait kelebihan dan kekurangannya agar pembeli tidak merasa tertipu dengan produk yang telah dibeli. *Digital marketplace* melalui whatsapp bisnis dan instagram dapat ditunjukkan pada Gambar 3.

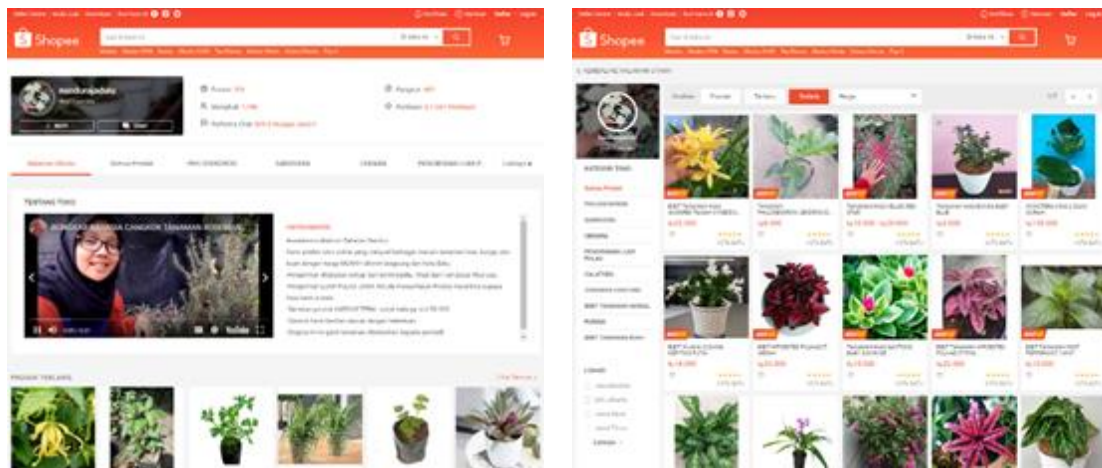




Gambar 3. Digital Marketplace Whatsapp Bisnis dan Instagram

Tahap selanjutnya pembuatan akun dan pengisian pada *marketplace e-commerce* Shopee dengan standar yang sama dalam pengisian kontennya, seperti ditunjukkan pada Gambar 4. Namun sedikit berbeda dengan konten *marketplace* sebelumnya, dikarenakan memanfaatkan kepemilikan marketplace secara gratis milik Shopee, maka sebagai pengguna harus mengikuti cara operasional yang telah ditetapkan oleh Shopee. Semisal jika terjadi jual beli, maka akan dibebankan biaya administrasi pada setiap transaksi dikarenakan pengguna tidak dibebani biaya *maintenance* atau iklan website Shopee.

Penjualan melalui *marketplace e-commerce* sangat berpotensi akan mengalami penjual sampai luar pulau, maka perlu dipersiapkan terkait kemasan dan perijinan lalu lintas tumbuhan antar pulau dalam wilayah Indonesia. Adanya penyediaan tambahan kardus box sebagai tambahan kemasan agar paket tanaman lebih aman dalam proses pengiriman termasuk juga khusus pengiriman luar pulau wajib melampirkan sertifikat kesehatan karantina dari Badan Karantina Pertanian yang bertujuan untuk memastikan produk bibit dalam kondisi bersih, sehat dan bebas dari penyakit.



Gambar 4. Digital marketplace Shopee

Agar pengiriman bibit tanaman tersebut selalu dalam kondisi baik, maka diperlukan standar yang menjadi acuan dalam *quality control* agar tidak terjadi malpraktek dan maladministrasi dalam memberikan pelayanan penjualan. Oleh karena itu dibuat Standar Operasional Prosedur yang memuat perihal perlakuan terhadap bibit mulai dari pengemasan sampai dengan pengiriman supaya dapat diterima oleh pembeli dengan baik dan mendapatkan reputasi kepuasan dari pelanggan. Guna menguatkan kualitas dan kontrol maka telah disusun SOP dan terdaftar pada KI, ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. SOP dan sertifikat HKI

Berdasarkan dibentuknya SOP tersebut diharapkan dapat menjadi indikator jaminan kualitas mutu pengiriman bibit tanaman melalui jasa ekspedisi. Seringkali menjadi kekhawatiran baik dari penjual dan pembeli, jika pembelian bibit tanaman secara eceran dapat rusak dalam proses pengiriman.

### 3.2. Pembuatan Badan Usaha

Pembuatan badan usaha pengabdian mengarahkan mitra mengenai kelengkapan apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan badan usaha dan dari persyaratan tersebut diserahkan kepada Notaris untuk dapat dibuatkan akta pendirian Badan Usaha. Adapun kebutuhan yang harus disiapkan yaitu: (1) Nama UD dan Jenis Usaha; (2) Surat keterangan domisili yang dikeluarkan oleh Kelurahan/Desa; dan (3) Fotocopy KTP dan NPWP.

Dari persyaratan tersebut menjadi tahapan awal adalah pembuatan NPWP yang dapat dilakukan melalui Kantor Pajak Pratama (KPP) Kota batu atau secara pendaftaran online pada link [ereg.pajak.go.id](http://ereg.pajak.go.id). Namun pendaftaran secara online lebih banyak membutuhkan waktu dikarenakan lama pada proses pengiriman, jika datang langsung ke kantor KPP dapat ditunggu dan langsung jadi. Tahap selanjutnya menentukan nama usaha yang sekaligus menjadi branding dari usaha untuk menjadi identitas dan ciri khas pembeda dengan usaha lainnya.



Isi dari akta pendirian badan usaha tersebut berisi mengenai pemilik, nama usaha, maksud dan tujuan, jenis kegiatan usaha, jangka waktu beroperasinya badan usaha dan kedudukan usaha seperti Gambar 6. Karena jenis badan usaha yang dipilih adalah Usaha Dagang, maka dapat berdiri sendiri sekaligus sebagai pemilik tunggal. Oleh karena secara operasional teknis tidak memerlukan anggaran dasar dan rumah tangga yang rumit. Pemilik perusahaan perorangan menjadi satu-satunya yang berhak bertindak untuk dan atas nama perusahaannya dalam melakukan Tindakan sejauh batasan yang tertuang pada maksud dan tujuan perusahaan.



Gambar 6. Badan Usaha, NIB dan Izin Usaha

Berdasarkan PP No. 24 tahun 2018, badan usaha di harusnya memiliki perizinan berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai pengganti Tanda Daftar Perusahaan, Surat Izin Usaha Perdagangan dan lain sebagainya. Dalam pengurusan dapat dilakukan secara online melalui link [oss.go.id](http://oss.go.id). mulai dari pendaftaran, perekaman data badan usaha dan penerbitan NIB beserta perizinan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan usahanya, semisal izin lokasi, izin lingkungan dan izin mendirikan bangunan.

Untuk tujuan pembelajaran bagi mitra dan agar menjadi influencer kepada para pelaku usaha lainnya di daerah mitra. Proses pembuatan itu dilakukan secara mandiri oleh mitra dengan pendampingan dari tim pendamping dengan tujuan agar mitra mampu memahami dan membimbing para pelaku usaha lainnya

## 4. Kesimpulan

Program kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dengan dua indikator yang terwujud berupa pembuatan media penjual bunga melalui digital marketplace, yakni platform whatsapp bisnis, Instagram dan shopee dan kedua, pemberian legalitas usaha berupa perusahaan perseorangan yakni usaha dagang beserta NID dan izin usaha. Dari program tersebut diharapkan mampu memberikan solusi bagi mitra dalam menjalankan usaha di masa pandemic covid-19 melalui pemanfaatan dan optimalisasi penjualan, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan yang sebelumnya hanya melayani penjualan secara langsung, namun dengan sekarang dapat menjangkau pembeli dari seluruh Indonesia.

Pelaksanaan kegiatan ini kurang berjalan optimal dikarenakan terdapat pembatasan wilayah sehingga hanya dilakukan secara. Jika model pendampingan ini dilakukan secara langsung bisa lebih dilakukan secara optimal secara peningkatan potensi mitra tidak hanya terbatas hanya pada dua kegiatan tersebut

## *Acknowledgement*

---

Terima kasih kepada Usaha Dagang Nandurjadulu sebagai mitra pengabdian sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan semoga usaha saudara dapat semakin berkembang. *Kedua*, terima kasih kepada Notaris dan PPAT Arini Jauharoh, SH., M.Kn sebagai mitra dalam pelaksanaan pembuatan badan usaha dan semoga menjadi amal jariyah atas semua bantuan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ketiga, kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan dana hibah pengabdian tahun 2021.

## *Daftar Pustaka*

---

- CNN Indonesia. (2020a, April). Sri Mulyani: Dampak Virus Corona Berat ke Perekonomian. [cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200401111243-532-489012/sri-mulyani-dampak-virus-corona-berat-ke-perekonomian](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200401111243-532-489012/sri-mulyani-dampak-virus-corona-berat-ke-perekonomian)
- CNN Indonesia. (2020b, September). Janda Bolong & Tanaman Hias yang Harganya Naik Sejak Pandemi. [cnnindonesia.com. https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200925071518-65-550742/janda-bolong-tanaman-hias-yang-harganya-naik-sejak-pandemi](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200925071518-65-550742/janda-bolong-tanaman-hias-yang-harganya-naik-sejak-pandemi)
- Harto, B., & Komalasari, R. (2020). Optimalisasi Platform Online Internet Marketing Untuk Sme Little Rose Bandung. *Empowerment in the Community*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31543/ecj.v1i1.357>
- Hasibuan, L. (2021, January). Bunda, Ini Tanaman Hias yang Harganya Bakal Selangit di 2021. [cnbcindonesia.com. https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20210106100118-33-213798/bunda-ini-tanaman-hias-yang-harganya-bakal-selangit-di-2021](https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20210106100118-33-213798/bunda-ini-tanaman-hias-yang-harganya-bakal-selangit-di-2021)
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 324. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v11i2.13583>
- Michelle, N. (2021, January). Seluruh Sektor UMKM Terguncang akibat Covid-19: Okezone Economy. [economy.okezone.com. https://economy.okezone.com/read/2021/01/04/455/2338528/seluruh-sektor-umkm-terguncang-akibat-covid-19](https://economy.okezone.com/read/2021/01/04/455/2338528/seluruh-sektor-umkm-terguncang-akibat-covid-19)
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Suharto, M., Ardianto, D. T., Ismail, A. I., & Prameswari, N. S. (2017). Pelatihan Pengelolaan Website Toko Online Bagi Umkm Di Kawasan Pasar Tradisional Klewer Surakarta Sebagai Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 2(02), 229–245. <https://doi.org/10.25124/demandia.v2i02.937>

- Telaumbanua, E. (2021). Kajian Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Taman Jajanan Pasar Kota Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1045–1058. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.464>
- Ulya, F. N. (2020, Desember). Dampak Pandemi, Ekonom: Aktivitas Bisnis UMKM Semakin Membaik. *money.kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2020/12/04/131400326/dampak-pandemi-ekonom--aktivitas-bisnis-umkm-semakin-membaik>
- Widayanto, M. T., Pujiastuti, A., Yatiningrum, A., Tumini, & Rahma Dhany, U. (2020). Sosialisasi Pentingnya Legalitas Usaha Dan Penjualan Online Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(2), 240–246. <https://doi.org/10.46306/jabb.v1i2.37>