

INOVASI BISNIS “GRIYO PESHOP GRESIK” BERTAHAN DI TENGAH DAMPAK PANDEMI COVID-19 MELALUI PENDEKATAN BISNIS MODEL KANVAS

Andika Putra Anshorullah¹, Beni Komara²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Abstrak Toko Griyo Pet Shop Gresik merupakan bisnis yang menyediakan penghobi hewan mulai dari pakan, vitamin dan aksesoris. Meniru konsep supermarket yang bersih dan tertata rapi, memungkinkan customer yang datang semakin nyaman dalam berbelanja. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder yang didapat dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Griyo Pet shop Gresik melakukan strategi bertahan dengan melakukan dengan peningkatan faktor customer relationship melalui promosi dan menganalisa ulang *Value Proposition* dengan melakukan penambahan produk-produk yang memiliki pelanggan yang loyal, seperti kebutuhan untuk kucing. Kucing dipilih karena adanya peningkatan masyarakat yang memelihara kucing saat terjadi pandemi. Pemelihara kucing juga didominasi oleh para wanita yang notabennya tidak akan enggan mengeluarkan uang untuk kebutuhan kucing kesayangannya.

Kata Kunci : *10 Types of Innovation, Strategi Bisnis, Ritel, Business Model Canvas, COVID-19.*

Abstract *Griyo Pet Shop Gresik is a business that provides animal hobbyists with food, vitamins and accessories. Imitating the concept of a supermarket that is clean and neatly arranged, allows customers who come to be more comfortable when shopping. This research is a type of field research using two types of data sources, namely primary data and secondary data obtained using observation, interviews and documentation methods. The results of this research show that Griyo Pet shop Gresik implemented a survival strategy by increasing customer relationship factors through promotions and re-analyzing the Value Proposition by adding products that have loyal customers, such as needs for cats. Cats were chosen because there was an increase in people keeping cats during the pandemic. Cat keepers are also dominated by women who incidentally will not be reluctant to spend money on the needs of their beloved cats.*

Keywords : *10 Types of Innovation, Strategi Business, Ritel, Business Model Canvas, COVID-19.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang begitu pesat membawa dampak positif dan negatif di segala unsur-unsur kehidupan tanpa terkecuali pada sektor ekonomi. Kemajuan teknologi juga memacu pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan peluang pasar baru. Tidak adanya batasan dalam mengakses data merupakan nilai positif yang diberikan teknologi pada sektor ekonomi. Artinya, dalam transaksi jual beli, para penjual dan pembeli bisa melakukan transaksi tanpa pernah bertatap muka sekalipun. Pembeli hanya duduk dan melakukan transaksi melalui gadget mereka layaknya transaksi jual beli pada umumnya. Pembeli dapat mencari barang yang mereka butuhkan seperti: kebutuhan rumah tangga, aksesoris, gadget, perawatan diri, obat dll tanpa ada keterbatasan tempat dan waktu. Teknologi ini dinamakan “belanja online”.

Belanja online menawarkan kenyamanan dan keamanan dalam berbelanja. Hal tersebut lantas memberi efek perubahan pada kebiasaan masyarakat dalam berbelanja. Terjaminnya keamanan pada setiap produk yang dipesan membuat konsumen semakin yakin untuk berbelanja online. Hal ini ditunjukkan ketika terdapat promo besar-besaran dari marketplace yang menawarkan berupa gratis ongkos kirim, voucher hingga *cashback*. Tentu saja, peluang menawarkan produk lewat marketplace adalah jalan terbaik bila mengingat saat ini masih masa pandemi.

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) telah menjadi wabah secara global dengan waktu yang sangat singkat (dalam hitungan bulan). Wabah ini setidaknya telah menjangkit 3,5 juta manusia dari 210 negara masuk rumah sakit dan melakukan karantina mandiri. Untuk mencegah dan menanggulangi wabah atau setidaknya membatasi laju penyebaran virus ini, sejumlah negara menerapkan upaya *lockdown*, karantina wilayah hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pandemi adalah sesuatu yang mengerikan yang berdampak multisektor. Terdapat sejumlah industri yang terpaksa berhenti beroperasi, pembatasan transportasi udara, darat dan laut dan pembatasan pergerakan antara warga negara maupun wilayah yang mengakibatkan aktivitas ekonomi ikut terdampak.

Pandemi menjadi pukulan telak bagi pengusaha menengah keatas maupun menengah ke bawah. Mobilitas konsumen yang terbatas dan kurangnya distribusi barang adalah penyebab dari merosotnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pembatasan secara fisik antar warga negara memaksa segala sesuatu harus dilakukan secara daring. Mulai dari bekerja, berinteraksi dengan kerabat sampai berbelanja. Selama pandemi COVID-19 berlangsung, berselancar di dunia virtual menjadi jauh lebih ramai dan sibuk dari sebelumnya. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya masyarakat beralih menggunakan *gadget* dan komputer sebagai alat kebutuhan penyambung hidup demi menggantikan berbagai aktivitas tatap muka secara langsung. Perubahan tingkah laku pada masyarakat tersebut memberikan dampak pada perkembangan pertumbuhan ekonomi dengan mempercepat transformasinya secara digital. Perkembangan ekonomi digital yang hadir seperti *e-commerce* dan layanan *Financial Technology (fintech)* membuktikan bahwa digital ekonomi telah berkembang di kalangan masyarakat dan pandemi menjadi penyebab percepatan akan hal itu. Lalu, bagaimana nasib pengusaha ritel terutama yang berbasis kebutuhan hewan peliharaan seperti petshop?

Sisi lain dari pandemi adalah melonjaknya penghobi hewan peliharaan terutama anjing dan kucing. Banyaknya waktu luang dan bersantai di rumah membuat masyarakat menjadi bosan. Menurut laman independen (dalam Ermawati, 2020) diketahui bahwa adanya peningkatan kesepian yang dialami oleh wanita maupun pria menjadi 27% dan 23%. Peningkatan kesepian yang signifikan diakibatkan oleh jarak sosial yang dihasilkan saat pandemi. Demi mengusir rasa bosan tersebut, maka banyak orang mulai melirik hobi baru. Hussin (2021) menyebutkan salah satu hobi yang muncul di kalangan masyarakat pada saat pandemi adalah memelihara binatang. Jenis hewan yang dipilih ada banyak, antara lain: kucing, reptile, anjing, burung dan beberapa hewan lainnya. Berdasarkan data dari Petskita (dalam Lawi, 2020) ditemukan bahwa selama masa pandemi banyak sektor industri yang mengalami kemerosotan, namun tidak dengan

industri hewan peliharaan yang malah mengalami peningkatan yang signifikan. Saat ini 67% rumah tangga di Indonesia memiliki hewan peliharaan yang didominasi dengan kucing 37%, burung 19%, ikan 16% dan anjing 15%. Dapat diketahui bahwa masyarakat di Indonesia rata-rata memilih kucing sebagai hewan peliharaan. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa komunitas dan yayasan yang bergerak di bidang hewan peliharaan terutama kucing seperti *Indonesian Cat Association (ICA)* dan komunitas lokal lain seperti Malang Cat Lover di Malang dan Komunitas Pecinta Kucing di Surabaya.

Metode

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif diartikan sebagai suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi (Bog dan Taylor dalam Moleong, 2005). Sumber data didapat dengan melakukan studi literatur dari buku-buku yang terkait dan data dari internet untuk melengkapi gambar-gambar yang lebih update. Data yang diperoleh digabungkan dengan hasil pengamatan (observasi).

Jenis Data

Jenis data yang penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

- a. Person (orang), merupakan tempat dimana peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti.
- b. Paper (kertas), adalah tempat di mana peneliti dapat membaca dan mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, seperti arsip, angka, gambar, dokumen-dokumen, simbol-simbol, dan lain sebagainya.
- c. Place (tempat), yaitu tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

Sumber Data

1. Data primer, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan langsung melalui observasi maupun wawancara dengan narasumber terkait. Metode pengambilan data primer, dilakukan melalui wawancara terhadap pemilik usaha Griyo Pet Shop Gresik.
2. Data Sekunder, merupakan dokumen - dokumen atau literatur yang berkaitan dan mendukung penelitian yang berasal dari Badan Pusat Statistik, perpustakaan, internet, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil seluruh atau sebagian data yang dicatat dan dilaporkan.

Hasil dan Pembahasan

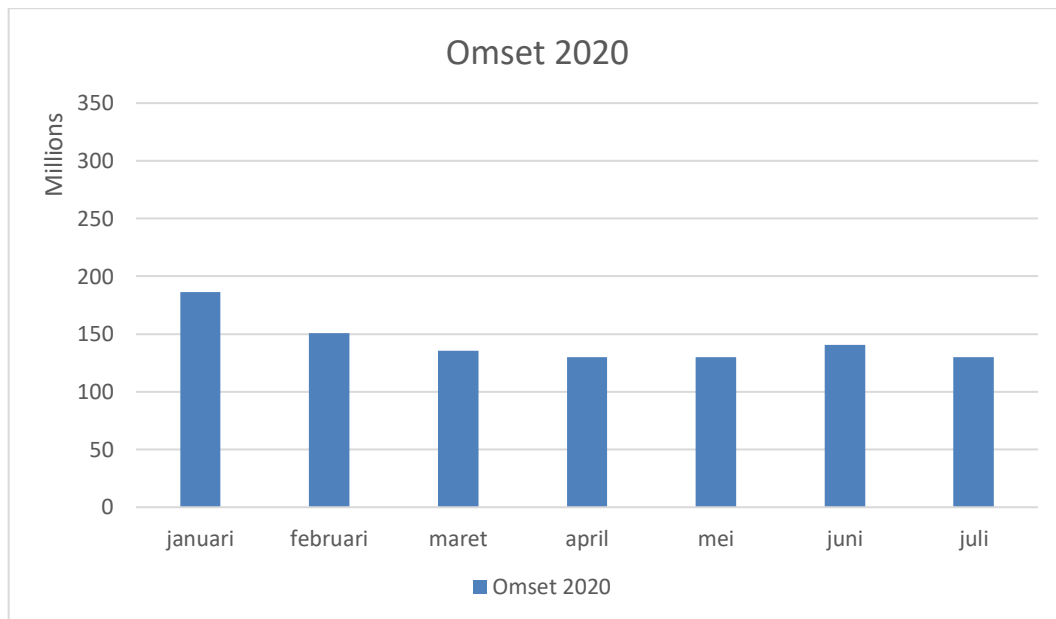
Dampak Pandemi Terhadap Usaha Retail Griyo Petshop

Adanya pandemi menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha. Tidak sedikit pelaku usaha yang harus gulung tikar saat terjadinya pandemi. Dampak pandemi juga dirasakan pemilik usaha Griyo Petshop. Selama pandemi berlangsung, Griyo Pet Shop Gresik mengalami penurunan pendapatan secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh nonaktifnya perlombaan burung dikarenakan PSBB dan pembatasan jam operasional usaha. Ganasnya virus dan protokol kesehatan saat keluar rumah juga menjadi faktor para konsumen semakin betah di rumah. Hasilnya usaha Griyo Pet Shop Gresik menjadi sepi pembeli.

Pada saat pandemi juga daya beli konsumen mengalami penurunan. Salah satu faktor daya beli menurun adalah pemberhentian kerja sementara atau bahkan PHK. Pada dasarnya penghobi burung tidak menjadikan hobinya sebagai ladang uang. Maka dari itu penghobi tetap harus bekerja di samping merawat burung mereka. Pemilik toko mengungkapkan bahwa “selama pandemi memang terjadi adanya penurunan pendapatan. Menurut saya, hal ini disebabkan oleh berhentinya lomba burung dan ribetnya peraturan dari pemerintah. Di samping itu juga ganasnya virus dan cepatnya virus menyebar membuat konsumen menjadi was-was dan lebih tenang saat berada di rumah”.

Kelangkaan barang juga menjadi salah satu faktor usaha Griyo Pet Shop Gresik menjadi sepi. Proses distribusi barang yang terhambat karena PSBB mengakibatkan kinerja toko kurang maksimal. Pakan burung yang berasal dari dalam dan luar negeri pun tidak lagi bisa dijangkau konsumen karena terlalu mahal di samping daya beli konsumen yang sedang turun. Pemilik toko memaparkan bahwa “saat pandemi barang-barang menjadi langka dan mahal. Alhasil, produk yang dijual banyak yang habis jadi konsumen pulang dengan tangan kosong. Di samping itu juga, saya sebagai pemilik toko agak ragu jika mendatangkan barang yang banyak dan mahal ketika daya beli konsumen rendah seperti itu.”.

Tabel 1. Omzet Griyo Pet Shop Gresik Januari - Juli 2020



Bisnis Model Kanvas Griyo Pet Shop Gresik Saat Pandemi

Penerapan bisnis model kanvas memudahkan pemilik usaha agar bisa menentukan strategi yang tepat dalam menjalankan suatu usaha. Griyo Pet Shop Gresik menerapkan model bisnis kanvas untuk menemukan strategi yang tepat dalam menghadapi pandemi. Berikut adalah data model bisnis kanvas Griyo Pet Shop Gresik yang didapatkan peneliti setelah melakukan wawancara mendalam dengan pemilik usaha Griyo Pet shop Gresik:

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
Distributor perlengkapan hewan kucing, burung, ikan, ayam, hewan pengerat dan reptile	Melayani konsumen online/offline Mencatat dan mengadakan stok	-Produk kebutuhan hewan lebih variatif -harga bersaing dengan kualitas terjamin -diskon dan <i>bundling</i> -pembayaran secara cashless	Pemberian garansi jika barang yang diterima mengalami kerusakan	Pengobi burung, kucing, ayam, ikan, hewan pengerat dan reptile Serta masyarakat sekitar yang membutuhkan pembayaran tagihan secara online
	<i>Key Resources</i> karyawan dan barang pendukung operasional lainnya	-melayani melalui marketplace -pelayanan self-	<i>Channels</i> Offline dan online	
<i>Cost Structure</i> Listrik, gaji pegawai dan BBM		<i>Revenue Streams</i> Penjualan produk dan jasa		

Gambar 1. Model Bisnis Kanvas Griyo Petshop

Model Bisnis Kanvas Griyo Pet Shop Gresik Setelah Inovasi

1. Customer Segment (Target Pasar), Target pasar Griyo Pet Shop Gresik adalah konsumen yang memelihara kucing, burung, ikan, hewan pengerat dan reptil. Di samping itu, Griyo Pet Shop Gresik membuka jasa pembayaran tagihan secara online baik itu tagihan listrik; pajak kendaraan; uang sekolah; top up maupun transfer sesama/antar bank.
2. Value Proposition (Nilai Tambah), Griyo Pet Shop Gresik menyediakan keperluan burung, kucing, ikan, hewan pengerat dan reptil dengan kualitas yang terjamin dan harga yang bersaing. Produk yang dijual Griyo Pet Shop Gresik bisa diakses melalui platform marketplace. Hal ini memudahkan dan memberi kenyamanan konsumen saat melakukan transaksi. Pembayaran transaksi juga bisa melalui cashless yang bertujuan untuk menghadirkan pengalaman berbelanja yang berbeda dengan para pesaing.
3. Customer Relationship (Hubungan Pelanggan), Pelayan yang ramah melalui toko fisik (offline) atau non fisik (marketplace) dilakukan Griyo Pet Shop Gresik demi kepuasan konsumen. Selalu menampung saran dan kritik dari konsumen agar menghasilkan toko yang diinginkan konsumen. Pemberian garansi juga diberikan kepada konsumen agar terciptanya saling percaya antar pemilik usaha dan konsumen. Pelayanan after service yang baik bertujuan menciptakan kepuasan pelanggan agar melakukan repeat order.
4. Channels (Jalur Distribusi), Griyo Pet Shop Gresik menyalurkan barang kepada konsumen melalui penjualan toko fisik (offline) dan non fisik (marketplace)

5. Key Activities (Kegiatan Produksi), Kegiatan operasional yang dilakukan setiap hari adalah memastikan model bisnis bekerja sebagaimana mestinya, melayani konsumen, mencatat barang yang sudah habis atau stoknya sudah menipis dan order barang baik itu dari partner atau supplier.
6. Key Partnership (Relasi Dengan Partner Atau Supplier), Setelah melakukan inovasi, Griyo Pet Shop Gresik menambah partner kerja dan supplier antara lain: distributor perlengkapan burung, kucing, ayam, ikan, hewan pengerat dan reptil.
7. Key Resource (Sumber Daya Inti), Sumber daya inti merupakan aset penunjang proses operasional sebuah usaha. Key resource dari Griyo Pet Shop Gresik terdiri dari: karyawan, produk-produk yang dijual, tempat usaha dan peralatan penunjang lainnya (komputer, mesin, transportasi dll).
8. Cost Structure (Biaya Operasional), Sebuah usaha mesti membutuhkan biaya untuk menopang berjalannya aktivitas operasional. Adapun biaya operasional Griyo Pet Shop Gresik adalah gaji karyawan, pulsa, listrik, BBM dan pengadaan produk.
9. Revenue Stream (Pendapatan), Pendapatan Griyo Pet Shop Gresik dihasilkan dari penjualan produk dari toko fisik dan marketplace serta layanan digital lainnya seperti: transfer antar/sesama bank, top up tagihan, pembayaran pajak kendaraan dan pembelian pulsa/token.

Penerapan Ten Types Of Innovation Pada Griyo Pet Shop Gresik

Dalam sebuah usaha tentu saja diperlukan sebuah inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan dan atau memenangkan pasar. Semakin banyak inovasi yang diterapkan atau ditemukan oleh pelaku usaha maka pesaing akan kesulitan dalam meniru dan mengalahkan dalam persaingan. Maka dari itu, penerapan inovasi yang tepat dapat membantu memecahkan masalah seperti saat pandemi.

Dari hasil wawancara peneliti bersama pemilik usaha Griyo Petshop, selama pandemi berlangsung Griyo Pet Shop Gresik menerapkan inovasi-inovasi yang ada dalam kerangka 10 types of innovation. Inovasi yang diterapkan Griyo Pet Shop Gresik adalah (1) inovasi produk sistem berupa produk bundling (2) inovasi saluran berupa pelayanan Go Direct (3) inovasi produk dengan Product Complement dan (4) inovasi service melalui taktik Superior Service. Menurut pemilik usaha “penerapan inovasi saat pandemi sangat diperlukan agar usaha dapat terus berjalan walau kondisi persaingan yang semakin ketat dan juga ditambah daya beli konsumen yang menurun akibat pandemi”.

Penerapan inovasi produk dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dalam melakukan transaksi yang menimbulkan rasa kepuasan kedua belah pihak. Daya beli yang sedang turun saat pandemi membuat konsumen ragu untuk membeli suatu barang yang dirasa barang tersebut tidak begitu menarik atau bermanfaat bagi mereka. Adanya inovasi dalam performa produk dapat meningkatkan rasa percaya diri pada konsumen dalam mengonsumsi produk tersebut. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa “saya melakukan inovasi ini bertujuan agar konsumen percaya bahwa melakukan transaksi adalah tindakan yang menguntungkan.”

Penerapan inovasi saluran sangat dibutuhkan di saat konsumen tidak bisa lagi menjangkau produk. Kondisi pandemi yang memaksa masyarakat untuk tetap di rumah mengakibatkan konsumen mulai beradaptasi dengan berbelanja online. Hal ini dinyatakan oleh pemilik usaha yang mengatakan bahwa “konsumen sekarang seringnya berbelanja online karena tidak bisa datang langsung ke toko”

1. Inovasi sistem Produk Griyo Pet Shop Gresik antara lain:

Inovasi Product System Dengan Taktik Product Bundling

Bundling adalah sistem pembelian yang menawarkan atau menjual dua produk yang bersangkutan secara bersamaan dengan harga yang lebih murah. Di tengah dampak pandemi yang membuat daya beli konsumen menurun penerapan harga yang sedikit lebih murah dari pesaing dan sistem pembelian secara bundling ditujukan agar dapat memikat hati konsumen. Dilakukannya bundling produk juga memberi keuntungan ganda bagi konsumen yang mengkonsumsinya.

Inovasi Product System Dengan Taktik Complement

Penambahan jumlah produk yang lebih variatif memungkinkan untuk dapat memperluas segmen pasar perusahaan. Selama pandemi, animo masyarakat meningkat pada sektor hewan peliharaan. Salah satu hewan peliharaan yang naik daun saat pandemi adalah kucing. Penambahan produk pada kategori kucing dapat meningkatkan segmen pasar Griyo Pet Shop Gresik selama masa pandemi. Penambahan produk kebutuhan hewan lain seperti ayam, ikan, hewan pengerat dan reptile juga dapat membantu meningkatkan omzet Griyo Petshop.

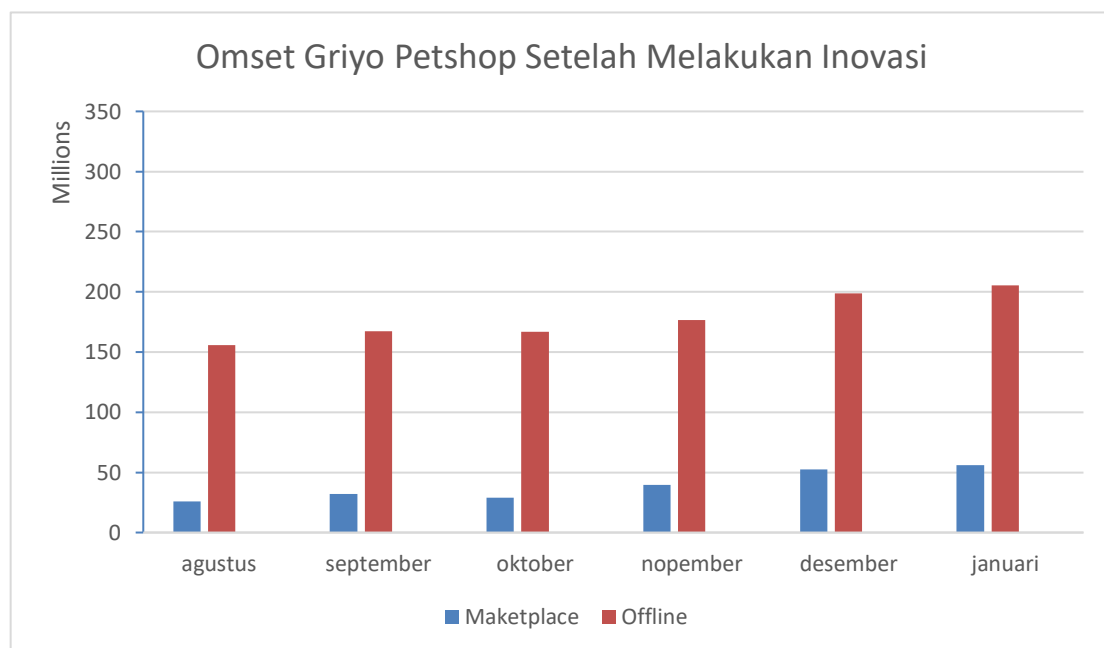
2. Inovasi Saluran Griyo Pet Shop Gresik Melalui Taktik Go Direct

Selama pandemi berlangsung konsumen memilih untuk berbelanja online. Oleh karena itu, strategi pemasaran lewat jalur digital seperti marketplace adalah pilihan terbaik saat ini. Pemilihan strategi ini memungkinkan penghobi burung seluruh Indonesia bisa mengakses

dan melakukan transaksi. Dengan kata lain, merambah ke dunia digital merupakan penambahan segmen pasar secara masif.

3. Inovasi Service Melalui Taktik Superior Service

Penggunaan uang digital menjadi solusi bagi konsumen yang enggan repot membawa uang fisik. Hal ini merupakan terobosan baru dalam melakukan transaksi dan menjadikan transaksi lebih mudah dan aman. Griyo Pet Shop Gresik menyadari bahwa pembayaran melalui uang digital sangat diperlukan oleh konsumen saat ini. Griyo Pet Shop Gresik memberikan opsi bagi konsumen yang tidak membawa uang fisik bisa melakukan pembayaran lewat uang digital. Hal ini juga membantu dan mempermudah adanya transaksi yang berjumlah besar.



Gambar 2. Omzet Griyo Pet Shop Gresik Setelah Melakukan Inovasi

Kesimpulan

Pada bab hasil dan pembahasan yang sudah dijelaskan di atas, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Dampak pandemi terhadap usaha retail Griyo Petshop Selama masa pandemi menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha. Banyak diantaranya pelaku usaha yang mengalami kerugian, penurunan pendapatan bahkan mengalami kebangkrutan. Dampak pandemi juga dirasakan oleh pemilik usaha Griyo Petshop. Selama pandemi berlangsung Griyo Pet Shop Gresik mengalami penurunan omzet yang secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh pemberlakuan PSBB yang melarang seluruh aktivitas perlombaan burung di Indonesia. Pembatasan jam operasional juga menjadi faktor omzet pendapatan Griyo Pet Shop Gresik menjadi turun.

2. Inovasi dan taktik yang diterapkan Griyo Petshop

Selama mengalami penurunan omzet, Griyo Pet Shop Gresik menerapkan inovasi-inovasi dan taktik untuk mendongkrak omzet pada masa pandemi. Griyo Pet Shop Gresik mampu menerapkan 3 macam inovasi yaitu inovasi Product System, Inovasi Chanel dan Inovasi Service. Sedangkan taktik yang diterapkan ada 4, di antaranya adalah:

- Inovasi produk system dengan taktik Product Bundling

Griyo Pet Shop Gresik melakukan penurunan harga tanpa merugikan perusahaan dan sistem pembelian secara bundling yang memberikan keuntungan ganda pada konsumen.

- Inovasi product system dengan taktik Complement

Untuk meningkatkan segmen pasar Griyo Pet Shop Gresik maka dibutuhkan taktik complementary. Penambahan perlengkapan hewan lain seperti kucing, ayam, ikan, hewan pengerat dan reptil dapat meningkatkan segmen pasar Griyo Petshop. Meningkatnya segmen pasar juga mempengaruhi pertumbuhan omzet Griyo Petshop.

- Inovasi Saluran dengan taktik Go-Direct

Penjualan melalui marketplace juga mempengaruhi kenaikan omzet Griyo Pet Shop Gresik selama pandemi. Penjualan secara online dapat mempermudah transaksi dan memperluas segmen pasar Griyo Pet Shop Gresik selama pandemi berlangsung.

- Inovasi Layanan melalui taktik Superior Service

Griyo Pet Shop Gresik menawarkan pembayaran yang lebih efisien melalui pembayaran secara cashless untuk menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih baik dibanding kompetitor. Hal ini juga untuk memberi kemudahan dan keamanan konsumen saat melakukan transaksi.

3. Bisnis Model Griyo Pet Shop Gresik Setelah Melakukan Inovasi

Setelah menerapkan beberapa inovasi pada sebagian sektor perusahaan, dapat diketahui adanya perubahan model bisnis yang diterapkan Griyo Pet Shop Gresik di antaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perubahan Strategi Bisnis Griyo Pet Shop Gresik Setelah Melakukan Inovasi

Strategi	Sebelum Inovasi	Sesudah Inovasi
Customer segment	Penghobi burung	Penghobi burung, kucing, ikan, ayam, hewan pengerat dan reptil
Value proposition	Keperluan burung terlengkap dengan harga bersaing	Sistem pembelian secara bundling, cashless, harga bersaing dengan mutu terjamin
Channels	Toko fisik (offline)	Toko fisik dan marketplace

Daftar Referensi

- Moleong, Lexy J. 2005. Metode penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Febrantara, D. (2020). Bagaimana Penanganan UKM di Berbagai Negara Saat Ada Pandemi Covid-19? DDTC Fiscal Research. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/1MY31IOC3gWqEgzNkuJzqJnB9PV6qA2D>
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 2 No. 2 April 2020. doi:10.24853/baskara.2.2.83-92
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1147-1156.
- Islam, A. (2020). Configuring a Quadruple Helix Innovation Model (QHIM) based blueprint for Malaysian SMEs to survive the crises happening by Covid-19. *Emerald Open Res*, 2.
- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. *Columbia Law and Economics Working Paper(620)*. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3571460>
- Abidin, M. (2015). Kebijakan Fiskal dan Peningkatan Peran Ekonomi UMKM. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/kebijakan-fiskal-dan-peningkatan-peran-ekonomi-umkm/>
- OECD. (2020). SME Policy Responses: Tackling Coronavirus (Covid-19) Contributing to A Global Effort. Retrieved from https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf
<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01379615/1785-koperasi-dan-163713-umkm-terdampak-pandemi-covid-19>
- Hakim, AH., & Hermawan, K. (2018). *Inovasi*. Yogyakarta.

Amabile, Teresa M. (1996). "Assessing The Work Environment For Creativity". *Academy of Management Journal*.

Moenir. A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara

Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., Gremler, D.D. (2009). *Service marketing (5th ed.)*. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2000), hlm. 158.

Zuriah Nurul, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 179

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*

Nana Sudjana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, (Bandung: Sinar Baru, 1989)

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif: dilengkapi dengan Contoh Proposal dan Laporan Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005)

Mohammad Ali, *Strategi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Angkasa, 1993)