

Determinan Keberlangsungan UMKM di Era New Normal

Kemal Farouq Mauladi^{1*}, Purnomo Hadi Susilo², Ratna Eka Sari³

^{1, 2}Departemen Teknik Informatika, Universitas Islam Lamongan, Indonesia

³Departemen Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif, Indonesia

¹kemalfarouq@unisla.ac.id, ²purnomo@unisla.ac.id, ³ratna_ekasari@dosen.umaha.ac.id

*Penulis Korespondensi

Abstract

The Covid-19 pandemic has created problems for SMEs. This study examines several factors that affect the sustainability of MSMEs during the Covid-19 pandemic. This study uses quantitative methods. Data collection techniques using questionnaires and literature study. The population of this study amounted to 130,000 MSME actors. The sample that became the respondent of this study was 200 MSME actors. The series of data tests that have been carried out have found several things, that product quality and the external environment have no effect on the sustainability of MSME businesses during the COVID-19 pandemic. Meanwhile, the use of e-commerce, capital readiness, and relaxation of taxes and banking credits have an effect on the sustainability of MSME businesses during the COVID-19 pandemic. The novelty of this research, namely testing of new variables that only exist in Indonesia, namely the relaxation of taxes and credits that emerged during the COVID-19 pandemic is intended for MSME actors to maintain business continuity.

Keywords: MSME sustainability, MSME E-commerce, MSME distribution

Abstrak

Pandemi Covid-19 memunculkan masalah bagi pelaku UMKM. Penelitian ini mengkaji beberapa faktor yang mempengaruhi keberlangsungan UMKM di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan studi literatur. Sampel yang menjadi responden penelitian ini sebanyak 200 pelaku UMKM. Rangkaian uji data yang telah dilakukan menemukan beberapa hal, bahwa kualitas produk dan lingkungan eksternal tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Sedangkan pemanfaatan e-commerce, kesiapan modal, dan relaksasi pajak serta kredit perbankan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Keterbaruan penelitian ini, yaitu pengujian terhadap variabel baru yang hanya ada di Indonesia, yaitu relaksasi pajak dan kredit yang muncul di masa pandemic covid-19 diperuntukan bagi pelaku UMKM untuk menjaga keberlangsungan usahanya.

Kata kunci: Keberlangsungan UMKM, E-commerce UMKM, Distribusi UMKM

Cara Mengutip:

Mauladi, K. F., Susilo, P. H., & Sari, R. E. (2021). Determinan Keberlangsungan UMKM di Era New Normal. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 53–70. <https://doi.org/10.15408/ess.v11i1.22038>.

PENDAHULUAN

Badan kesehatan dunia (WHO) menjadikan wabah Covid-19 sebagai pandemi global dikarenakan penularan virus ini sangat cepat dan hampir seluruh negara di dunia terpapar virus ini (Ozili & Arun, 2020). Pertama kali virus covid-19 masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020, yang dibawa oleh dua orang warga negara Indonesia yang pulang dari luar negeri mengalami gejala-gejala awal covid-19, yang selanjutnya dilakukan tes PCR. Dari hasil tes PCR tersebut disimpulkan dua orang tersebut dinyatakan terkonfirmasi virus covid-19. Dari hasil tersebut pemerintah melalui Kementerian Kesehatan memberikan pengarahan kepada masyarakat untuk menerapkan protokol Kesehatan seperti menjaga jarak, rajin mencuci tangan dengan sabun, memakai masker.

Sektor UMKM juga terkena dampak akibat adanya virus covid-19 ini, berdasarkan data dari kementerian koperasi menyebutkan sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus covid-19. Menurut hasil riset BI tingkat omset penjualan rata-rata pada produk UMKM hanya sebesar 50%. Penyebabnya sebagaimana disampaikan LIPI dipengaruhi oleh keputusan 58,8% UMKM menurunkan harga untuk mempertahankan usaha. Saat ini semua sektor, khususnya di sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sedang dihadapkan pada tantangan besar, yaitu tantangan pandemi virus Covid-19 dan tantangan Industry 4.0. Oleh karena itu, untuk dapat bertahan, pelaku UMKM perlu memiliki kemampuan manajemen dan organisasi yang baik, memastikan inovasi produk sesuai kebutuhan di masyarakat dapat diterapkan, hingga mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis digital (Dwivedi dkk., 2021; Malesev & Cherry, 2021; Wohllebe dkk., 2021).

Sektor UMKM yang ada di Wilayah Kabupaten Lamongan juga terdampak pandemic virus covid-19 khususnya di sektor makanan dan minuman. Beragam cara dilakukan UMKM untuk bertahan, akibat ketiadaan order ke luar negeri. Kondisi ini membuat pelaku UMKM Lamongan lebih memusatkan penjualannya untuk harga eceran antara Rp 1.000,- hingga Rp 2.000,-Pegiat UMKM yang tergabung dalam Asosiasi Makanan Minuman Jatim (AMJ) Korda Kabupaten Lamongan ini mencoba bertahan dengan memasarkan produk olahan skala menengah ke bawah. Meski belum pulih sepenuhnya, pelaku UMKM yang tergabung dalam AMJ Korda Lamongan ini kembali merintis jalan agar tetap bisa bertahan. Dinas Koperasi Kabupaten Lamongan mengatakan bahwa para pelaku/pengusaha UMKM merasakan turunnya omset penjualan yang sangat signifikan di masa pandemi. Hal ini menyebabkan berkurangnya modal, dan terhambatnya distribusi/pasokan bahan-bahan. Sekitar 60% pelaku UMKM di Wilayah Kabupaten Lamongan memutuskan untuk mengurangi stok barang penjualan selama masa pandemi covid-19 saat ini. Sementara itu sekitar 15 % lainnya memilih untuk menutup toko fisiknya dan merubah menjadi penjualan berbasis online.

Penjualan produk makanan ringan dengan harga seribu hingga dua ribu rupiah secara online ini mengalami kenaikan yang cukup signifikan hingga 50 persen. Kondisi ini mampu membuat perkembangan penjualan untuk olahan makanan minuman ringan yang di segmen menengah ke bawah sangat luar biasa. Di sisi lain, Gubernur Jawa Timur, Ibu Khofifah Indar Parawansa juga giat mengajak pelaku usaha sektor UMKM di Lamongan untuk

mengikuti UMKM Virtual Expo agar dapat mengakses pasar lebih luas dan produktif, serta memberikan peningkatan pendapatan di tengah pandemic covid-19 saat ini. Kegiatan ini pun sangat solutif bagi beberapa pelaku UMKM di Lamongan untuk tetap bertahan produktivitasnya. Harapan lainnya yaitu dapat membangun akses pasar bagi seluruh produk UMKM Jawa Timur ke pasar luar negeri. Dengan terobosan itu, maka pasar UMKM telah banyak terbantu, karena membuka pintu dan ruang baru dalam memasarkan hasil produksinya. Bupati Lamongan, Yuhronur Efendi juga menyatakan bahwa pihaknya segera menindaklanjuti langkah dari Gubernur Jawa Timur dengan cara mendukung dan mendorong ekspor produk setempat, sebab nilai ekspor Kabupaten Lamongan dari industri UMKM mengalami penurunan, dari Rp 55,721 miliar pada 2019 menjadi Rp 43,742 miliar pada 2020. Penurunan ekspor 2020 ini dikarenakan pandemi COVID-19, sehingga di tahun 2021 ini diharapkan dapat membangkitkan kembali ekspor UMKM di Kabupaten Lamongan melalui gerakan 'Ayo beli produk Lamongan'.

Pandemi Covid-19 memunculkan masalah bagi pelaku UMKM. Hal ini terutama bagi jenis usaha jasa, seperti rumah makan, warung, kios, dan toko-toko yang menjual kebutuhan rumah tangga, pakaian, dan peralatan kerja, serta kebutuhan sekunder lainnya yang relatif tidak mampu bertahan. Demikian pula yang terjadi di propinsi Jawa Timur, yang dalam beberapa media berita disampaikan hampir 100% UMKM mengalami kerugian. Para pelaku usaha seperti makanan kemasan dan oleh-oleh, souvenir, batik, dan berbagai industri rumahan di beberapa kabupaten di Jawa Timur terpaksa tutup, namun beberapa pelaku usaha bidang makanan kemasan masih bertahan dengan memanfaatkan pemasaran online (Dwivedi dkk., 2021). Penurunan pendapatan yang menyebabkan beberapa ratus pelaku usaha UMKM menutup usahanya. Hal ini terjadi setelah pemerintah secara resmi mengumumkan agar masyarakat bekerja dari rumah, menutup instansi pelayanan publik, dan mewajibkan masyarakat menggunakan masker serta *social distance*, dan bahkan pada pertengahan Mei 2020, pemerintah telah menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Jawa Timur. Meskipun kebijakan tersebut menuai kontroversi, namun dengan alasan pengamanan dan penanganan penyebaran virus, maka beberapa daerah yang selama ini menjadi urat nadi perdagangan di Jawa Timur pun harus tutup.

Berkenaan dengan pandemi virus Corona (Covid-19) serta dampaknya terhadap perekonomian nasional, khususnya bagi para pelaku usaha sektor mikro kecil dan menengah yang hampir sebagian besar lumpuh dan diambang kebangkrutan (Allen & Carletti, 2010). Maka dalam penelitian ini penulis merasa penting untuk mengkaji beberapa faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemi Covid-19.

Konsep keberlangsungan merupakan konsep yang kompleks, sehingga pengertian keberlangsunganpun sangat multidimensi dan multi-interpretasi. Konsep keberlangsungan paling tidak mengandung dua dimensi, yaitu dimensi waktu, karena keberlangsungan tidak lain menyangkut hal-hal yang akan terjadi dimasa yang akan datang (Allen dkk., 2006). Selanjutnya adalah dimensi interaksi antara sistem ekonomi dan sistem sumber daya alam dan lingkungan. Sedangkan, konsep keberlangsungan dapat diperinci menjadi tiga aspek pemahaman (Cunningham, 2004; Xie dkk., 2019). Pertama, keberlangsungan ekonomi yang diartikan sebagai pembangunan yang mampu menghasilkan barang dan jasa secara

kontinu untuk memelihara keberlangsungan pemerintahan dan menghindari terjadinya ketidakseimbangan sektoral yang dapat merusak produksi pertanian dan industri.

Dalam keberlangsungan ekonomi makro, tiga elemen yang diperlukan adalah efisiensi ekonomi, kesejahteraan ekonomi yang berkesinambungan dan peningkatan pemerataan dan distribusi kemakmuran (Cunningham, 2004; Joung dkk., 2013). Kedua, keberlangsungan lingkungan yakni sistem keberlangsungan secara lingkungan harus mampu memelihara sumber daya yang stabil, menghindari eksploitasi sumber daya alam dan fungsi penyerapan lingkungan. Konsep ini juga menyangkut pemeliharaan keanekaragaman hayati, stabilitas ruang udara, dan fungsi ekosistem lainnya yang tidak termasuk kategori sumber-sumber ekonomi (Amrina & Vilsy, 2015; Chinta dkk., 2014; Seelos & Mair, 2005). Ketiga yaitu keberlangsungan sosial, keberlangsungan secara sosial diartikan sebagai sistem yang mampu mencapai kesetaraan, penyediaan layanan sosial termasuk kesehatan, pendidikan, gender, dan akuntabilitas politik. Keberlangsungan sosial dan budaya mempunyai empat sasaran, yaitu 1) stabilitas penduduk yang pelaksanaannya mensyaratkan komitmen politik yang kuat, kesadaran dan partisipasi masyarakat, memperkuat peranan dan status wanita, meningkatkan kualitas, efektivitas dan lingkungan keluarga, 2) Memenuhi kebutuhan dasar manusia, dengan memerangi kemiskinan dan mengurangi kemiskinan absolut, 3) Mempertahankan keanekaragaman budaya, dengan mengakui dan menghargai sistem sosial dan kebudayaan seluruh bangsa, dan dengan memahami dan menggunakan pengetahuan tradisional demi manfaat masyarakat dan pembangunan ekonomi, 4) mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan (Castelo, 2013; Hsu dkk., 2017; Kansal dkk., 2014; Tarigan dkk., 2019).

Banyak hal dan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha sebuah entitas. Kami melakukan pemilahan berdasarkan beberapa referensi sebelumnya (Allen & Carletti, 2010; Bentolila dkk., 2018; Cunningham, 2004; Disemadi & Shaleh, 2020; Mian & Sufi, 2010; Özatay & Sak, 2020; Ozili & Arun, 2020).

METODE

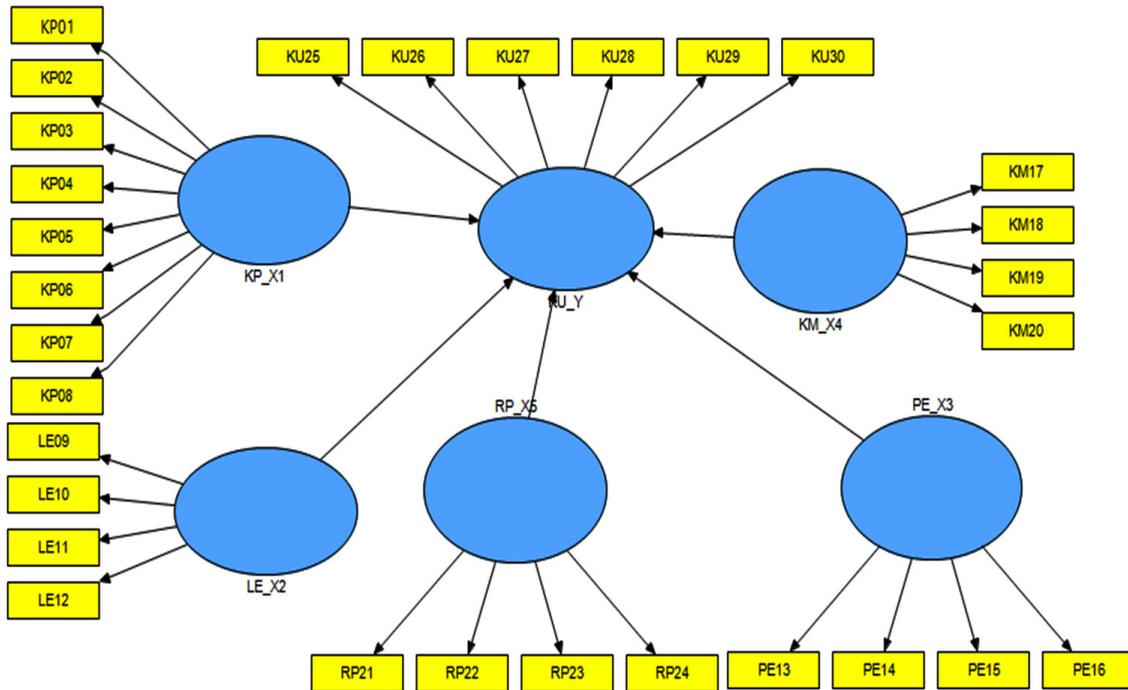
Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dan studi literatur. Data yang terkumpul tergolong data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, dimana jumlahnya sebanyak 130.000 pelaku UMKM. Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel yang menjadi responden penelitian ini sebanyak 100 responden, namun agar lebih akurat perbandingannya maka kami menaikkan jumlah sampelnya menjadi 2x lipat menjadi 200 responden. Proses pengambilan sampel menggunakan metode *Snow-Ball Sampling* di mana satu orang sampel penelitian akan merekomendasikan orang lain yang relevan untuk menjadi sampel penelitian berikutnya hingga jumlah sampel yang dibutuhkan terpenuhi (Sekaran, 2003).

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Kualitas produk (X1)	Kualitas produk merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar, sehingga keberlangsungan usahanya pun dapat lebih lama (Padmore, 2007)	1) Performance 2) Features 3) Reliability 4) Conformance 5) Durability 6) Serviceability 7) Aesthetics 8) Perceived quality (Padmore, 2007)
2.	Lingkungan eksternal (X2)	Lingkungan eksternal ini lebih mengarah pada lingkup sosial budaya, ekonomi, politik, teknologi dan demografi dari entitas bisnis tersebut (Porter, 1994)	1) Kualitas dukungan pendampingan, 2) Dukungan program pemberdayaan, 3) Ketersediaan akses informasi, 4) Ketersediaan jaringan infrastruktur (Porter, 1994)
3.	Pemanfaatan <i>e-commerce</i> (X3)	Kemampuan sebuah entitas dalam memanfaatkan <i>e-commerce</i> untuk operasional usahanya serta pengembangan bisnisnya (Palil, 2004)	1) Intensitas pemanfaatan sarana komputer dan internet 2) tingkat pengelolaan informasi (Palil, 2004)
4.	Kesiapan Modal (X4)	Kesiapan modal merupakan hal yang sangat diperlukan dalam suatu proses bisnis untuk mencapai tujuan yang ditargetkan (Chen et al., 2010)	1) Kepercayaan terhadap tenaga kerja, 2) Pembagian tugas yang jelas, 3) Kemampuan pengelolaan dan perencanaan usaha, 4) Kualitas sumber daya manusianya (Chen et al., 2010)
5.	Relaksasi pajak dan kredit (X5)	Kebijakan ini dikeluarkan oleh pemerintah melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020 yang berguna untuk memberikan keringanan bagi para debitur perbankan yang terdampak virus Corona (Covid-19), mulai dari penurunan suku bunga hingga penundaan pembayaran untuk sementara waktu.	1) Ketepatan kebijakan 2) Kebermanfaatan kebijakan 3) Ruang lingkup kebijakan 4) Nilai sebuah kebijakan
6.	Keberlangsungan usaha (Y)	Keberlangsungan usaha merupakan suatu bentuk konsistensi dari kondisi suatu entitas bisnis, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya entitas mulai dari pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha, dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi usaha tersebut (Bonn & Fisher, 2011)	1) Pendapatan, 2) Pertumbuhan usaha, 3) Kualitas produk, 4) Daya saing, 5) Kondisi lingkungan usaha (Barney, 1997; Bonn & Fisher, 2011)

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling (SEM)* berbasis *variance*. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan *Smart PLS* dan menerapkan analisis verifikatif terdiri dari tiga tahap, yaitu pengukuran *outer model*, evaluasi model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesis penelitian. Adapun kerangka penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Kerangka penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden penelitian ini dikategorikan ke dalam beberapa kriteria, seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan bentuk usaha UMKM, yaitu CV atau pun UD. Hasil pemetaan datanya diperoleh data bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 130 orang dan perempuannya 70 orang, sehingga responden laki-laki mendominasi responden kami sebesar 65%. Karakteristik responden kami menurut usianya dikategorikan menjadi 2, yaitu usia 35-40 tahun dan di atas 40 tahun. Responden yang berusia 35-40 tahun pada penelitian ini sebanyak 74 orang, sedangkan usia di atas 40 tahun sebanyak 126 orang. Latar belakang pendidikan responden kami dikelompokkan menjadi 2 kategori lulusan, yaitu lulusan SMK dan D3 (Diploma). Responden kami yang lulusan SMK sebanyak 184 orang, sedangkan lulusan D3 (Diploma) sebanyak 16 orang. Bentuk usaha UMKM yang kami gunakan sebagai responden yaitu CV (persekutuan komanditer) dan UD (usaha dagang). Pelaku UMKM kami yang usahanya berbentuk CV sebanyak 150 perusahaan dan UD sebanyak 50 perusahaan. Data ini kami peroleh di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, Indonesia.

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai korelasinya (r) lebih besar dari 0.3, sedangkan koefisien *alphanya* lebih besar dari 0.6. Dengan demikian berarti bahwa semua item pertanyaan/ Pernyataan untuk masing-masing variabel telah valid dan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Korelasi (r)		Koefisien	
		r	Status	Alpha	Status
Kualitas produk (X1)	KP01	0.523	valid	0.789	reliabel
	KP02	0.789	valid		
	KP03	0.898	valid		
	KP04	0.929	valid		
	KP05	0.876	valid		
	KP06	0.605	valid		
	KP07	0.896	valid		
	KP08	0.830	valid		
Lingkungan eksternal (X2)	LE09	0.788	valid	0.816	reliabel
	LE10	0.766	valid		
	LE11	0.869	valid		
	LE12	0.783	valid		
Pemanfaatan e-commerce (X3)	PE13	0.977	valid	0.845	reliabel
	PE14	0.746	valid		
	PE15	0.977	valid		
	PE16	0.977	valid		
Kesiapan Modal (X4)	KM17	0.666	valid	0.788	reliabel
	KM18	0.689	valid		
	KM19	0.776	valid		
	KM20	0.776	valid		
Relaksasi pajak dan kredit (X5)	RP21	0.936	valid	0.820	reliabel
	RP22	0.596	valid		
	RP23	0.946	valid		
	RP24	0.776	valid		
Keberlangsungan usaha (Y)	KU25	0.571	valid	0.771	reliabel
	KU26	0.732	valid		
	KU27	0.691	valid		
	KU28	0.718	valid		
	KU29	0.707	valid		
	KU30	0.699	valid		

Sumber: Data diolah (2021)

Pengujian penelitian ini menggunakan uji SEM melalui tahapan uji, seperti uji outer model, evaluasi model struktural (inner model), dan uji hipotesis penelitian. Uji outer model ini menggunakan data Composite reliability blok indicator yang mengukur suatu konstruk dengan mengevaluasi nilai composite reliability (ρ_c). Dimensi dianggap reliable jika memiliki nilai composite reliability (ρ_c) di atas 0.7. Tabel 3 menunjukkan hasil perhitungan dengan menggunakan composite reliability (ρ_c).

Tabel 3. Hasil Penghitungan Composite Reliability

Dimensi	Composite Reliability
Kualitas produk (X1)	0.941
Lingkungan eksternal (X2)	0.877
Pemanfaatan e-commerce (X3)	0.958
Kesiapan Modal (X4)	0.816
Relaksasi pajak dan kredit (X5)	0.890
Keberlangsungan usaha (Y)	0.842

Sumber: Data diolah (2021)

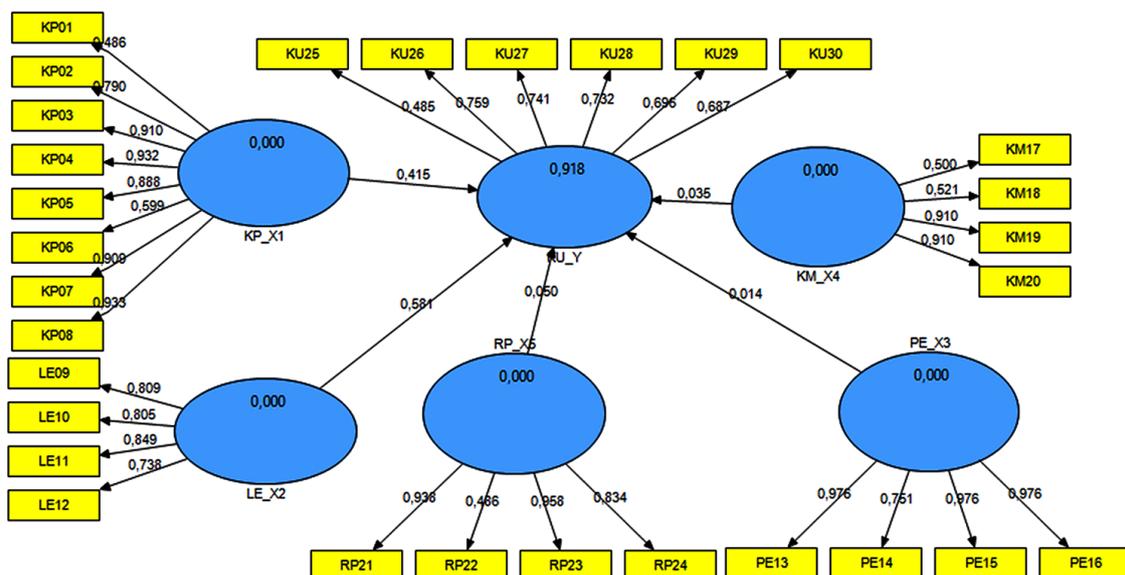
Tabel 4. Koefisien determinasi (R²)

	R square
Keberlangsungan Usaha_Y	0.918

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa *output composite reliability* yang diperoleh masing-masing variabel laten lebih besar dari 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel laten sudah reliabel. *Inner Model structural* dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen. Pengujian *Inner* model bertujuan untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh antar konstruk dan *R square*. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *p-value* untuk mengetahui signifikansi dari koefisien parameter jalur *structural* dan *R Square* untuk mengetahui pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif.

Gambar 2. Hasil Uji Data



Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4, terlihat nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,918 atau 91,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari faktor kualitas produk UMKM, lingkungan eksternal, pemanfaatan *e-commerce*, kesiapan modal, dan relaksasi pajak serta kredit terhadap keberlangsungan usaha UMKM, sedangkan sebanyak (100-*R Square*) 8,2% sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Untuk menyimpulkan apakah hipotesis diterima atau ditolak, digunakan nilai *p-value* pada signifikansi $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Jika *p-value* = < 0,05 maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh signifikan. Sebaliknya, jika *p-value* >0,05 maka H_0 tidak ditolak atau tidak ada pengaruh signifikan. Berikut ini hasil uji hipotesisnya.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Diagram Jalur		p-value	t stat.		Keterangan
H ₁	Kualitas produk	→	Keberlangsungan usaha	0.415	2.965	Tdk Signifikan
H ₂	Lingkungan eksternal	→	Keberlangsungan usaha	0.581	6.018	Tdk Signifikan
H ₃	Pemanfaatan <i>e-commerce</i>	→	Keberlangsungan usaha	0.014	0.230	Signifikan
H ₄	Kesiapan modal	→	Keberlangsungan usaha	0.034	0.116	Signifikan
H ₅	Relaksasi pajak dan kredit	→	Keberlangsungan usaha	0.050	0.284	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2021.

Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Hasil ini dibuktikan dengan nilai *p-value* yang lebih besar dari 0,05 atau (0.415>0.05). Hasil ini juga mengindikasikan bahwa hipotesis pertama dinyatakan tidak diterima. Perkembangan produk di masa pandemic covid-19 sangat susah untuk dilaksanakan, sebab kebutuhan perusahaan untuk beroperasi sudah dibatasi. Pelaku usaha UMKM yang kami survey juga menyatakan bahwa kualitas produk mereka di masa pandemic covid-19 beberapa mengalami penurunan, disebabkan distribusi bahan baku yang terhambat, sehingga produktivitasnya pun kurang baik.

Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen (Hsu dkk., 2017; Sholihin, 2015). Kualitas produk merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar, sehingga keberlangsungan usahanya pun dapat lebih lama (Cho, 2015; Dwivedi dkk., 2021; Hinze & Sump, 2019).

Konsumen yang merasa puas akan memberikan dampak positif pada keberlangsungan sebuah usaha (Thijssens dkk., 2015). Kualitas produk yang sesuai keinginan konsumen menjadi salah satu indikator memenuhi keinginan konsumen, kepuasan dan image atau reputasi positif perusahaan yang baik akan berefek pada pandangan masyarakat umum para konsumennya (Bostan, 2011). Ketika keinginan konsumen mengenai kualitas produk dipenuhi oleh suatu perusahaan, maka konsumen akan merasa puas, selain itu dengan memberikan kualitas produk yang diinginkan konsumen juga memberikan gambaran positif bagi suatu

usaha untuk keberlangsungannya, sebaliknya jika keinginan konsumen mengenai kualitas produk tidak terpenuhi konsumen, maka mereka cenderung kurang puas atau mengalami pengalaman kurang memuaskan, sehingga akan berdampak pada keberlangsungan suatu usaha (Cho, 2015; Dwivedi dkk., 2021; Hsu dkk., 2017; Sholihin, 2015; Thijssens dkk., 2015).

Lingkungan eksternal tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Nilai p-value variabel ini lebih besar dari 0,05 atau ($0,581 > 0,05$). Hasil ini membuktikan bahwa hipotesis kedua yang disusun dinyatakan tidak diterima. Lingkungan eksternal ini lebih mengarah pada sekitar kawasan industri pelaku usaha melakukan produksi. Kondisi sosial, budaya dan ekonomi yang terjadi selama masa pandemic covid-19 lebih bersifat general, sehingga UMKM tidak terdampak dengan tekanan tersebut. Pelaku usaha juga lebih mengedepankan produktivitasnya untuk bertahan di masa pandemic covid-19 dibandingkan berdiam diri dan hanya mengamati kondisi lingkungannya.

Keberlangsungan usaha UMKM juga tergantung dari kemampuannya mengelola faktor-faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha, terutama faktor eksternal. Faktor eksternal ini meliputi lingkungan makro dan mikro yang terdiri dari demografi, politik, teknologi, ekonomi dan sosial budaya (Chang, 2015; Joung dkk., 2013; Setiany dkk., 2018). Unsur demografi ini diukur melalui perubahan jumlah pendapatan masyarakat. Ketika jumlah pendapatan masyarakat naik, maka penjualan entitas pun seharusnya meningkat, dan sebaliknya ketika jumlah pendapatan masyarakat turun, maka penjualan entitas pun akan menurun (Worae & Ngwakwe, 2017; Collins dkk., 2017; Dwivedi dkk., 2021). Hal ini tentu berdampak terhadap keberlangsungan usaha entitas. Lingkungan politik sangat berpengaruh sekali dengan optimisme keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19 (Özatay & Sak, 2020). Hal ini terjadi ketika pemerintah mulai memberlakukan pembatasan waktu operasional dengan skala besar, maka masyarakat mulai kesulitan untuk melakukan pembelian terutama adanya kebutuhan pangan mereka. Hal ini tentu mengancam keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19 saat ini. Penggunaan teknologi, seperti komputer dan pemanfaatan internet juga dapat menciptakan proses penjualan semakin mudah dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Permasalahan lain muncul ketika belum semua pelaku usaha UMKM memiliki pengetahuan dan cara mengoperasionalkan teknologi internet. Hal ini tentu mengancam keberlangsungan usaha mereka di masa yang sudah canggih saat pandemic covid-19 ini (Durst & Edvardsson, 2012; Sahela & Susanti, 2021).

Faktor ekonomi, terjadi ketika semakin membaiknya kondisi ekonomi dan tingkat konsumsi masyarakat, maka tentu akan mendorong terciptanya kondisi perdagangan yang lebih baik, dimana daya beli masyarakat akan suatu produk ikut meningkat (Dwivedi dkk., 2021; Joung dkk., 2013; Widyatini, 2019). Selain itu, situasi pasar yang kondusif juga turut mendukung peningkatan optimisme pengusaha UMKM untuk meningkatkan usahanya. Faktor sosial budaya mempengaruhi keberlangsungan usaha UMKM karena terjadinya perubahan perilaku masyarakat saat ini di masa pandemic covid-19. Hal ini tentu berdampak terhadap besar kecilnya permintaan produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Kondisi ini jika terus berlanjut, maka keberlangsungan usaha UMKM mulai terancam dan akan mulai sedikit yang dapat bertahan (Bonn & Fisher, 2011; Cunningham, 2004).

Pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Nilai p-value variabel ini lebih kecil dari 0,05 atau ($0,014 < 0,05$),

sehingga hipotesis ketiga yang disusun diterima. Tidak bisa disanggah lagi bahwa di masa digital saat ini semua telah berbasis *e-commerce*, sehingga ketika seseorang tidak update dengan perkembangan zaman maka ia akan mengalami kemunduran. Pandemi Covid-19 banyak mengubah pola pemikiran dan perkembangan industri bisnis saat ini, dimana pelaku UMKM tidak perlu membutuhkan tempat seperti mall atau pun pasar untuk dapat memulai bisnisnya, cukup dengan menggunakan sarana *e-commerce*. Entitas harus mulai membiasakan diri untuk beraktivitas dengan *e-commerce*, sehingga jangkauan pasarnya akan semakin luas bahkan dapat menciptakan pasar baru untuk keberlangsungan usahanya di masa new normal mendatang.

E-commerce adalah proses membeli, menjual, mengirim, atau menukar produk, jasa, dan/atau informasi melalui jaringan komputer, yang sebagian besar adalah internet dan intranet (Zaied dkk., 2012). Banyak kasus dari usaha mikro, kecil, dan menengah yang mengesampingkan manfaat penggunaan dari *e-commerce* itu sendiri (Rahardjo dkk., 2019; Ratnawati, 2020). Pelaku bisnis berasumsi bahwa penggunaan *e-commerce* hanya membuang waktu, tenaga, dan biaya untuk membuat perusahaan berkembang tanpa mempertimbangkan adanya manfaat positif yang akan didapatkan di kemudian hari untuk mempromosikan produknya serta meningkatkan omzet penjualan (Amin dkk., 2018; Pan & Zinkhan, 2006). Pemanfaatan *e-commerce* melalui jual beli online bagi perusahaan kecil seperti UMKM sesungguhnya lebih memberikan fleksibilitas dalam produksi, dapat memberikan informasi pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta dapat mendukung transaksi dengan cepat tanpa kertas. Hal inilah yang dapat memberikan dorongan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Beberapa keuntungan pemanfaatan *e-commerce* dalam mendukung keberlangsungan usaha UMKM, antara lain: meningkatkan revenue stream, meningkatkan market exposure, menurunkan biaya operasional, efisien, lebih tepat waktu, memperpendek siklus hidup produk, meningkatkan manajemen pasokan untuk mempermudah jalannya usaha, meluaskan jangkauan ke seluruh daerah, meningkatkan kedekatan dengan pelanggan melalui pemberian kritik dan saran melalui e-mail dan meningkatkan rantai nilai dengan mengkomplemenkan bisnis praktis (Amrina & Vilsu, 2015; A. Y. Chang & Cheng, 2019; Durst & Edvardsson, 2012; Sahela & Susanti, 2021; Matos dkk., 2018). Semakin baik UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk proses bisnisnya, maka akan semakin baik pula keberlangsungan usahanya. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit UMKM memanfaatkan *e-commerce* untuk proses bisnisnya saat ini, maka pelaku UMKM akan mulai terlindas dengan pesaing lainnya, artinya keberlangsungan usahanya menurun (Durst & Edvardsson, 2012).

Kesiapan modal berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Nilai p-value variabel ini lebih kecil dari 0,05 atau ($0,034 < 0,05$), sehingga hipotesis keempat yang disusun dinyatakan diterima. Modal adalah hal penting dan utama di sebuah bisnis, ketika modal berkurang maka operasional dan distribusi produknya pun terhambat. Di masa pandemic covid-19 banyak pelaku usaha yang melakukan penutupan operasionalnya di beberapa lokasi di Kabupaten Lamongan. Kondisi ini dikarenakan beberapa pelaku UMKM telah sulit untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Peran modal sangat penting, ketika modal entitas masih kuat maka ia dapat menjaga keberlangsungan

usahanya dengan konsisten, tetapi ketika modal entitas sudah mulai berkurang maka ia akan sulit menjaga keberlangsungan usahanya.

Relaksasi pajak dan kredit berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Nilai p-value variabel ini lebih kecil dari 0,05 atau (0,05=0,05), sehingga hipotesis ketiga yang disusun dinyatakan diterima. Kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah di masa pandemic covid-19 ini sangat membantu pelaku UMKM. Selama masa itu banyak pelaku UMKM yang kesulitan memperoleh pendapatan, sehingga pemenuhan kewajibannya di perbankan pun mengalami kemunduran. Kondisi ini tentu sangat bahaya bagi perekonomian nasional, sehingga keputusan kebijakan tersebut dirasa pelaku UMKM dapat sedikit meringankan beban mereka untuk menjaga keberlangsungan usaha mereka.

Masa pandemi covid-19 di Kabupaten Lamongan, telah membuat banyak pelaku UMKM yang memberhentikan beberapa pegawainya serta menutup sebagian tempat usahanya. Penurunan omset penjualan serta anjuran dari pemerintah kepada masyarakat untuk lebih banyak di rumah atau pun Work from home (WFH), membuat pelaku UMKM susah bergerak. Masa pandemi covid-19 juga menumbuhkan kebiasaan baru masyarakat khususnya dalam memenuhi aktivitasnya. Saat ini konsumen banyak menggunakan berbagai aplikasi online. Hal ini menyebabkan media online juga menyediakan fasilitas data base yang begitu besar yang berguna sebagai layanan informasi yang penting bagi para pemangku kepentingan. Keterbaruan penelitian ini, yaitu pengujian terhadap variabel baru yang hanya ada di Indonesia, yaitu relaksasi pajak dan kredit yang dimunculkan di masa pandemic covid-19. Sedangkan variabel lainnya telah banyak digunakan oleh beberapa literatur, namun situasi dan kondisinya berbeda dengan penelitian saat ini. Implikasi penelitian ini tentu memberikan temuan secara ilmiah melalui survey yang dapat digunakan sebagai bahan evaluatif terhadap kebijakan ekonomi yang dibuat oleh pemerintah di masa pandemic dan new normal saat ini.

Pandemi virus Corona (Covid-19) telah mengancam hampir semua aspek kehidupan manusia. Nyaris tak satupun aspek kehidupan tidak terdampak negatif oleh wabah ini. Berbagai aspek terdampak virus Corona (Covid-19) yang awalnya hanya pada aspek kesehatan, berlanjut pada aspek sosial, keagamaan, pendidikan, dan tentunya aspek ekonomi. Permintaan akan barang dan jasa menurun selama periode ini (Özatay, & Sak, 2020) Keadaan ini menjadi hal yang sulit bagi suatu negara berkembang (Loayza & Pennings, 2020), terlebih bagi negara-negara yang berpenduduk besar dan didominasi oleh industri kecil-menengah sebagai penunjang perekonomian seperti Indonesia. Hal ini didasari bahwa usaha kecil menengah menjadi sangat rapuh (*fragile*) pada masa Covid-19 (Bartik et al., 2020). Oxford Analytica (2020) menyatakan bahwa Indonesia dan Filipina menjadi negara terdampak paling parah di ASEAN dalam bidang ekonomi. Dalam keadaan seperti ini, terdapat tuntutan bahwa perekonomian harus tetap berjalan, utamanya dikarenakan jumlah penduduk yang sangat besar.

Kebijakan relaksasi kredit yg dikeluarkan pemerintah melalui Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020 ini memberikan keringanan bagi para debitur perbankan yang terdampak virus Corona (Covid-19), mulai dari penurunan suku bunga hingga penundaan pembayaran untuk sementara waktu. Kebijakan ini juga dapat membantu UMKM yang terdampak penyebaran virus Corona (Covid-19) dari kebangkrutan. Kebijakan

ini disambut gembira dan memberikan sedikit harapan serta optimisme bagi pelaku bisnis agar menjaga keberlangsungan usaha mereka. Kebijakan relaksasi kredit merupakan salah satu yang diterapkan untuk menjaga keberlangsungan UMKM, mengingat keberlangsungan usaha menjadi aspek yang wajib diperhatikan selama periode ini (Chang & Cheng, 2019).

Covid-19 berdampak diberbagai segala sektor, salah satunya sektor ekonomi. Hal ini dirasakan secara signifikan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami krisis ekonomi. Pasalnya, menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19 juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Krisis ekonomi yang dialami UMKM tanpa disadari dapat menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, perlu adanya pembinaan dan bantuan untuk pelaku UMKM di masa pandemi melalui lembaga pemerintah. Saat Indonesia mengalami krisis moneter tahun 1998, UMKM menjadi penyangga ekonomi nasional, menyerap tenaga kerja, dan menggerakkan perekonomian. Sementara, di tahun 2008 pada masa krisis keuangan global, UMKM tetap kuat menopang perekonomian. Namun, sektor ini tetap tak bisa menahan krisis yang disebabkan Covid-19. Keberlangsungan usaha UMKM saat ini sedang dipertaruhkan, penelitian ini memberikan manfaat bahwa perlu adanya penambahan bantuan berupa kesiapan modal, pembinaan terhadap pemanfaatan *e-commerce* dan kebijakan yang disusun harus memihak kepada pelaku UMKM dan perekonomian mikro. Masyarakat juga perlu untuk aktif bertransaksi di lingkup perekonomian mikro agar siklus ekonomi negara tetap aman dan usaha UMKM pun bertahan.

Ditengah covid-19 ini, penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan dikarenakan pola masyarakat yang lebih banyak berdiam dirumah. Selain itubanyak UMKM yang memilih tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya pembatasan jam operasional atau pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah. Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah memperluas jaringan dengan memanfaatkan penjualan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis (Khan, 2016). *E-commerce* yang pada awalnya sebuah mekanisme penjualan ritel online, sekarang sudah memiliki makna yang lebih luas. Menurut Khan (2016) *e-commerce* telah menciptakan pasar digital baru dengan harga yang lebih transparant, kemudahan akses, pasar global dengan pergadagan yang sangat efisien. Meski belum sempurna, *e-commerce* ini memiliki dampak langsung pada hubungan perusahaan atau pelaku usaha dengan pemasok, pelanggan, pesaing dan dapat dengan mudah melakukan pemasaran produk maupun mengadopsi cara pemasaran pelaku bisnis lainnya. Beberapa *e-commerce* yang bisa dimanfaatkan oleh Pelaku UMKM di Indonesia seperti shopee, tokopedia, buka lapak, OLX, gojek, lazada dll. Di Era revolusi industri 4.0 para pelaku usaha seharusnya memang sudah bergerak ke perdagangan secara *e-commerce* karena pola pedagangan dan pembelian dr konsumen yang sudah mulai bergeser, ditambah lagi adanya pandemik covid-19 yang menjadikan perdagangan *e-commerce* sudah menjadi pilihan yang baik untuk para pelaku UMKM untuk bisa tetap bertahan bahkan berpotensi untuk dapat menjangkau pangsa pasar baru.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan lingkungan eksternal tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Sedangkan pemanfaatan *e-commerce*, kesiapan modal, dan relaksasi pajak serta kredit perbankan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemic covid-19. Saat ini UMKM mengalami berbagai permasalahan, seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan PHK buruh. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi perekonomian nasional, sebab UMKM adalah penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja cukup banyak yang sedang menghadapi penurunan produktivitas, yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan.

Penelitian ini menggunakan responden para pelaku UMKM dengan latar belakang pendidikan yang didominasi oleh lulusan SMK, sehingga dorongan untuk berinovasi masih belum terlalu tinggi. Hal ini terjadi sebab di masa pandemic, mereka kesulitan bergerak memasarkan produknya. Kekurangan lainnya dalam penelitian ini yaitu proses perolehan data yang sangat lama sebab kesibukan dari para responden kami. Namun, kami berikan apresiasi yang sangat tinggi kepada mereka yang sudah berkenan meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi survey yang diberikan.

PUSTAKA ACUAN

- Allen, William A., Wood, G. (2006). Defining and Achieving Financial Stability. *Journal of Financial Stability*, 152–172.
- Allen, F., & Carletti, E. (2010). An Overview of the Crisis: Causes, Consequences, and Solutions. *International Review of Finance*, 10(1), 1–26. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2443.2009.01103.x>
- Amin, S., Usman, M., Sohail, N., & Aslam, S. (2018). Relationship Between Intellectual Capital and Financial Performance: The Moderating Role of Knowledge Assets. *Pakistan Journal of Commerce and Social Science*, 12(2), 521–547.
- Amrina, E., & Vilsa, A. L. (2015). Key Performance Indicators for Sustainable Manufacturing Evaluation in Cement Industry. *Procedia CIRP*, 26, 19–23. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.07.173>
- Barney, J. (1997). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Addison –Wesley Publishing Company: New Jersey.
- Bentolila, S., Jansen, M., & Jiménez, G. (2018). When Credit Dries Up: Job Losses in The Great Recession. *Journal of the European Economic Association*, 16(3), 650–695. <https://doi.org/10.1093/jeea/jvx021>
- Bonn, I., & Fisher, J. (2011). Sustainability: The Missing Ingredient in Strategy. *Journal of Business Strategy*, 32(1), 5–14. <https://doi.org/10.1108/02756661111100274>
- Bostan, I. (2011). Morality, Ethics and True Image in Business Accounting. *Theoretical and Applied Economics*, 18(6), 47–54.
- Castelo, B. M. (2013). Sustainability Reporting Guidelines. *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, 2389–2395. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_619

- Chang, A. Y., & Cheng, Y. T. (2019). Analysis Model of The Sustainability Development of Manufacturing Small and Medium-Sized Enterprises in Taiwan. *Journal of Cleaner Production*, 207, 458–473. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.025>
- Chang, K. (2015). The Impacts of Environmental Performance and Propensity Disclosure on Financial Performance: Empirical Evidence from Unbalanced Panel Data of Heavy-Pollution Industries in China. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8(1), 21–36. <https://doi.org/10.3926/jiem.1240>
- Chen, W., Weng, C. S., & Hsu, H. (2010). A Study of The Entrepreneurship of Taiwanese Youth by The Chinese Entrepreneur Aptitude Scale. *Journal of Technology Management in China*, 5(1), 26–39. <https://doi.org/10.1108/17468771011032778>
- Chinta, R., Sussan, F., & Jin, A. (2014). Energy Consumption, Green-house Gases Emissions, Water Usage and Waste Practices: Evidence from Top Global 100 Firms in the Area of Sustainability. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 10(1), 49–64.
- Cho, Y. N. (2015). Different Shades of Green Consciousness: The Interplay of Sustainability Labeling and Environmental Impact on Product Evaluations. *Journal of Business Ethics*, 128(1), 73–82. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2080-4>
- Collins, D. W., Pungaliya, R. S., & Vijh, A. M. (2017). The Effects of Firm Growth and Model Specification Choices on Tests of Earnings Management in Quarterly Settings. *Accounting Review*, 92(2), 69–100. <https://doi.org/10.2308/accr-51551>
- Cunningham, S. (2004). The Creative Industries after Cultural Policy. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 105–115. <https://doi.org/10.1177/1367877904040924>
- De Bruin, A. (2005). Multi-Level Entrepreneurship in the Creative Industries: New Zealand's Screen Production Industry. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(3), 143–150. <https://doi.org/10.5367/0000000054662791>
- Disemadi, H. S., & Shaleh, A. I. (2020). Banking Credit Restructuring Policy on The Impact of COVID-19 Spread in Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(2), 63–70.
- Durst, S., & Edvardsson, I. R. (2012). Knowledge Management in SMEs: A Literature Review. *Journal of Knowledge Management*, 16(6), 879–903. <https://doi.org/10.1108/13673271211276173>.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the Future of Digital and Social Media Marketing Research: Perspectives and Research Propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Hinze, A. K., & Sump, F. (2019). Corporate Social Responsibility and Financial Analysts: A Review of The Literature. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(1), 183–207. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-05-2017-0043>
- Hsu, C. H., Chang, A. Y., & Luo, W. (2017). Identifying Key Performance Factors for Sustainability Development of SMEs – Integrating QFD and Fuzzy MADM Methods. *Journal of Cleaner Production*, 161, 629–645. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.063>
- Igielski, M. (2018). The Role of Intellectual Capital in Building a Competitive Advantage for

- Companies from the Baltic Sea Region in the Transport, Shipping and Logistic Industry (TSL). *SHS Web of Conferences*, 57, 01015. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185701015>
- Joung, C. B., Carrell, J., Sarkar, P., & Feng, S. C. (2013). Categorization of Indicators for Sustainable Manufacturing. *Ecological Indicators*, 24, 148–157. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.05.030>
- Kansal, M., Joshi, M., & Batra, G. S. (2014). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosures: Evidence from India. *Advances in Accounting*, 30(1), 217–229. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2014.03.009>
- Khan, A. G. (2016). Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy. *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc*, 16(1).
- Lumpkin, G. T., Steier, L., & Wright, M. (2011). in Family Business Business and Strategic. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 306, 285–306.
- Malesev, S., & Cherry, M. (2021). Digital and Social Media Marketing-Growing Market Share for Construction SMEs. *Construction Economics and Building*, 21(1), 65–82. <https://doi.org/10.5130/AJCEB.v21i1.7521>.
- Matos, F., Vairinhos, V., Selig, P. M., & Edvinsson, L. (2018). Intellectual Capital Management as a Driver of Sustainability: Perspectives for Organizations and Society. *Intellectual Capital Management as a Driver of Sustainability: Perspectives for Organizations and Society*, 1–242. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-79051-0>.
- Mian, A., & Sufi, A. (2010). The Great Recession: Lessons from Microeconomic Data. *American Economic Review*, 100(2), 51–56. <https://doi.org/10.1257/aer.100.2.51>.
- Moustaghfir, K., Schiuma, G., Moustaghfir, K., Schiuma, G., & Schiuma, G. (2013). Knowledge, Learning, and Innovation: Research and Perspectives. *Journal of Knowledge Management*, 17(4), 495–510. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2013-0141>.
- Muktiyanto, A., Hermawan, A. A., & Hadiwidjaja, R. D. (2020). The Role of Management Control Systems in The Performance of Higher Education Through Good University Governance. *International Journal of Trade and Global Markets*, 13(3), 288–310. <https://doi.org/10.1504/IJTGM.2020.108777>.
- Munawir, Raharjo, K., Djalil, M. A., Syahputra, H., Muslim, B., & Adam, M. (2019). Dimensions of Identity Strength and Organizational Citizenship Behavior (OCB) in Establishing Good University Governance and Performance of Religious Ideology-Based Higher Educations. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 11(2), 250–272. <https://doi.org/10.1108/JARHE-07-2018-0115>
- Özatay, F., & Sak, G. (2020). What Can We Do to Manage The Economic Consequences of COVID-19? *Economic Policy Research Foundation of Turkey Fatih*, 1–8.
- Ozili, P. K., & Arun, T. (2020). Spillover of COVID-19: Impact on the Global Economy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3562570>
- Padmore, J. O.-G. M. S. S. C. L. K. J. (2007). Achieving Competitive Advantage in The Mexican Footwear Industry. *Benchmarking: An International Journal*, 14(3), 289–305.
- Palil, M. R. (2004). the Effect of *E-commerce* on Malaysian Tax System: an Empirical Evidence

- From Academicians and Malaysian Tax Practitioners. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.9744/jak.6.1.pp.1-9>
- Pan, Y., & Zinkhan, G. M. (2006). Exploring the Impact of Online Privacy Disclosures on Consumer Trust. *Journal of Retailing*, 82(4), 331–338. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.08.006>
- Porter, M. (1994). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press: New York.
- Rahardjo, B., Khairul, I., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Papers*, 347–356.
- Ratnawati, K. (2020). The Influence of Financial Inclusion on MSMEs' Performance Through Financial Intermediation and Access to Capital. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 205–218. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.205>
- Sahela, K. Z., & Susanti, A. R. A. (2021). The Influence of Government Dimension on Financial Education and Empowerment of Micro-, Small- and Medium-Sized Enterprises in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 637–644.
- Saunila, M. (2014). Innovation Capability for SME Success: Perspectives of Financial and Operational Performance. *Journal of Advances in Management Research*, 11(2), 163–175. <https://doi.org/10.1108/JAMR-11-2013-0063>
- Seelos, C., & Mair, J. (2005). Social Entrepreneurship: Creating New Business Models to Serve The Poor. *Business Horizons*, 48(3), 241–246. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2004.11.006>
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A-Skill Building Approach*. Wisley: New York.
- Setiany, E., Suhardjanto, D., Purwanto, & Ashardianti, D. (2018). Environmental Disclosure in Agricultural Sector and Consumer Goods Annual Report (Comparison between Indonesia and Malaysia). *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(4), 203–215.
- Sholihin, A. M. M. (2015). The Impact of Social and Environmental Information on Managers' Decisions. *Asian Review of Accounting*, 23(3), 156–169.
- Tarigan, J., Hatane, S. E., Stacia, L., & Widjaja, D. C. (2019). Corporate Social Responsibility Policies and Value Creation: Does Corporate Governance and Profitability Mediate That Relationship? *Investment Management and Financial Innovations*, 16(2), 270–280. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.23](https://doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.23)
- Thijssens, T., Bollen, L., & Hassink, H. (2015). Secondary Stakeholder Influence on CSR Disclosure: An Application of Stakeholder Saliency Theory. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 873–891. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2623-3>
- Widyatini, I. R. (2019). Financial Inclusion for Economic Sustainability through the Implementation of Good Corporate Governance. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(3), 122–130.
- Wohllebe, A., Hübner, D. S., Radtke, U., & Podruzsik, S. (2021). Mobile Apps in Retail: Effect of Push Notification Frequency on App User Behavior. *Innovative Marketing*, 17(2), 102–111. [https://doi.org/10.21511/im.17\(2\).2021.10](https://doi.org/10.21511/im.17(2).2021.10)

- Worae, T. A., & Ngwakwe, C. (2017). Environmental Responsibility and Financial Performance Nexus in South Africa: Panel Granger Causality Analysis. *Environmental Economics*, 8(3), 29–34. [https://doi.org/10.21511/ee.08\(3\).2017.03](https://doi.org/10.21511/ee.08(3).2017.03)
- Xie, J., Nozawa, W., Yagi, M., Fujii, H., & Managi, S. (2019). Do Environmental, Social, and Governance Activities Improve Corporate Financial Performance? *Business Strategy and the Environment*, 28(2), 286–300. <https://doi.org/10.1002/bse.2224>
- Zaied, A. N. H., Hussein, G. S., & Hassan, M. M. (2012). The Role of Knowledge Management in Enhancing Organizational Performance. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business*, 4(5), 27-35.