

BANGKIT SAKA PENIPUAN AMARGA PANDEMI KANTHI NGGUNAKAKE PASAR

Cut Mairisya
mimi.rahmida83@gmail.com

Abstrak

Ing kahanan pandemi, kelompok bisnis cilik, mikro lan ultra-mikro paling rentan kena pengaruh. Sektor bisnis sing paling kena pengaruh, utamane ing sektor panganan lan omben-omben, amarga wong-wong rumangsa beresiko tuku panganan saka restoran lan milih masak panganan dhewe kanggo njaga kesehatan lan ngirit biaya rumah tangga. Pedoman jarak sosial sing ditindakake dening pamrentah lan departemen kesehatan kasebut nyebabake owah-owahan pola ing masyarakat sing nyebabake penutupan sekolah lan bisnis lan nggawe masarakat kelangan kanggo ngadhepi tingkat pangowahan sing durung ana sadurunge. Pengusaha panganan sing ora ngerti carane promosi lan adol ing platform online ngrasakake pengaruh paling gedhe saka pandemi iki. pamilik bisnis kudu meksa dhewe kanggo ngalih strategi marketing, promosi lan transaksi saka conventional kanggo digital.

Kata Kunci: Ketahanan ekonomi, PKL, Daya beli, Pandemi, Pemulihan ekonomi

DAFTAR PUSTAKA

- Wahyudi, W. (2018). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kompetensi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMP Kemala Bhayangkari Jakarta. *JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis*, 1(2), 211-220.
- Kalakota, R., & Whinston, A. (1997). *Perdagangan elektronik: manajer*. Harlow: Addison-Wesley.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Koperasi* (ed. April). Jakarta: KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM REPUBLIK INDONESIA. Dijupuk 13, 2021, saka http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1592638534_Cooperative%20April%202021.pdf
- Kennedy, C. (2017). *Media Sosial - Seni Pemasaran ing YouTube, Facebook, Twitter, lan Instagram*. KITA BISA BEAT LLC.
- Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 38-50. doi:<https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369>.
- Moleong, L.J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Park, C.W., Eisingerich, A., & Pol, G. (2013, 10-22). MIT Sloan Management Review. Dijupuk saka <https://sloanreview.mit.edu/article/the-power-of-a-good-logo/>
- Saravanakumar, M., & Lakshmi, T. (2012). Pemasaran media sosial. *Jurnal ilmu urip*, 9(4), 1-7.