

STRATEGI BERTAHAN UMKM SOUVENIR DI MUSEUM MULAWARMAN TENGGARONG PASCA PANDEMI COVID-19

Annisha Diah Rahmani¹, Dr.Sri Murlianti, S.Sos.,M.Si²

Abstrak

Strategi bertahan UMKM souvenir di museum Mulawarman Tenggarong pasca pandemi Covid-19 yang digunakan para pelaku UMKM dalam mempertahankan keberlangsungan usaha khususnya pasca Pandemi Covid-19 dan perubahan yang didapatkan dari setelah menerapkan strategi-strategi bertahan yang digunakan oleh para pelaku UMKM souvenir. Hal ini terjadi disebabkan pandemi Covid-19 yang telah memberikan dampak mendalam terhadap berbagai sektor kunci ekonomi di Indonesia, termasuk pariwisata, perdagangan, dan UMKM. Adanya pembatasan aktivitas masyarakat yang di berlakukan untuk mengendalikan penyebaran virus telah mengganggu aktivitas bisnis secara signifikan karena pada sektor perdagangan khususnya pada usaha yang menjual souvenir mengalami penurunan penjualan yang sangat turun drastis pada saat awal terjadinya pandemi Covid-19 dan industri pariwisata yang merupakan salah satu kontributor utama pendapatan negara juga mengalami penurunan drastis karena banyaknya penutupan tempat-tempat wisata.

UMKM yang menjadi salah satu tulang punggung ekonomi lokal telah menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan operasional usaha mereka akibat kurangnya likuiditas dan akses pasar yang menjadi terbatas. Sehingga perlu adanya beberapa strategi yang digunakan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha agar dapat membuat usaha dari para pelaku UMKM souvenir ini mengalami peningkatan pendapatan dan jangkauan pemasaran produk yang lebih luas bahkan praktis.

Kata Kunci : Strategi Bertahan, UMKM, Pandemi Covid-19

Pendahuluan

Pada awal Maret 2020, kasus pertama Covid-19 di Indonesia menandai awal dari serangkaian tantangan besar bagi negara ini. Selain dampak langsung pada sektor kesehatan, pandemi ini juga merubah secara drastis kehidupan sosial dan ekonomi. Pemerintah Indonesia telah mengambil langkah-langkah

¹Mahasiswa Program S1 Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: annishaadr18@gmail.com

²Dosen Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

pencegahan yang ketat, termasuk lockdown regional dan pembatasan sosial, untuk menekan penyebaran virus. Namun, dampak ekonomi yang signifikan terasa luas, terutama terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak UMKM mengalami kemacetan bisnis karena penurunan permintaan, kesulitan dalam operasional, dan akses terbatas terhadap pasar. Ini semua menyebabkan perlambatan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia, memerlukan strategi pemulihan yang hati-hati dan berkelanjutan untuk mengatasi dampak jangka panjang dari pandemi ini.

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang mendalam terhadap berbagai sektor kunci ekonomi di Indonesia, termasuk pariwisata, perdagangan, dan UMKM. Pembatasan aktivitas masyarakat dan lockdown yang diberlakukan untuk mengendalikan penyebaran virus telah mengganggu aktivitas bisnis secara signifikan. Industri pariwisata, yang merupakan salah satu kontributor utama pendapatan negara, mengalami penurunan drastis karena pembatalan perjalanan dan penutupan tempat wisata. Sektor perdagangan juga terpukul berat dengan berkurangnya permintaan dan gangguan rantai pasok global. UMKM, sebagai tulang punggung ekonomi lokal, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan operasional mereka akibat kurangnya likuiditas dan akses pasar yang terbatas. Konsekuensinya, terjadi peningkatan angka pengangguran karena banyak perusahaan terpaksa melakukan pemecatan massal untuk bertahan di tengah kondisi ekonomi yang sulit ini. Pemerintah perlu terus mengambil langkah-langkah yang efektif untuk mendukung pemulihan ekonomi dan memberikan perlindungan sosial kepada masyarakat yang terdampak agar dapat mengatasi krisis ini secara berkelanjutan.

Secara umum, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian sebuah negara. Mereka tidak hanya menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi signifikan pada neraca pembayaran negara. UMKM sering kali menjadi motor penggerak ekonomi lokal dengan menciptakan pasar baru dan menjadi sumber inovasi. Dalam konteks peluang pekerjaan dan karir, UMKM memberikan banyak kesempatan bagi individu untuk berkontribusi dalam berbagai kapasitas, mulai dari produksi hingga manajemen dan pemasaran. Tidak hanya itu, sektor UMKM juga mendorong inklusi ekonomi dengan melibatkan berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah. Keberadaan UMKM tidak hanya menstabilkan perekonomian nasional, tetapi juga mengurangi ketimpangan sosial ekonomi dengan memperluas kesempatan akses terhadap sumber daya dan pasar. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga terkait diharapkan terus mendukung dan memperkuat sektor UMKM sebagai pilar utama dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif di Indonesia.

Dampak yang sangat dirasakan oleh pelaku UMKM terutama yang menjalankan bisnis offline, karena mereka menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kewajiban keuangan mereka terhadap lembaga perbankan.

Sebaliknya, UMKM yang sudah menjalankan bisnis secara online memiliki keunggulan kompetitif karena kemampuan mereka untuk beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan perilaku konsumen selama pandemi. Di tengah tantangan ini, UMKM secara bertahap mulai bangkit dengan memfokuskan perhatian pada tata kelola yang lebih baik dan memanfaatkan media sosial seperti marketplace, instagram, facebook, dan platform digital lainnya. Adaptasi ini tidak hanya memungkinkan mereka untuk tetap terhubung dengan pelanggan tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Perubahan ini secara signifikan meningkatkan pendapatan UMKM yang bergerak ke arah digital, menunjukkan bahwa investasi dalam teknologi dan tata kelola dapat menjadi kunci untuk kelangsungan dan pertumbuhan UMKM pasca pandemi.

Meningkatnya jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beralih ke platform digital memberikan Indonesia landasan yang kuat untuk memperluas potensi ekonomi digitalnya. Perkembangan ini menjanjikan peningkatan signifikan dalam nilai ekonomi digital, yang diprediksi akan melonjak hingga 8 kali lipat dan mencapai angka sekitar 4.531 triliun pada tahun 2030. Namun, untuk mencapai potensi ini secara maksimal, diperlukan langkah-langkah strategis yang meliputi perluasan akses pasar, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam manajemen, serta peningkatan baik kuantitas maupun kualitas produksi. Pertama-tama, ekspansi akses pasar merupakan kunci untuk memperluas jangkauan UMKM ke pasar global maupun regional. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan infrastruktur digital yang semakin berkembang dan mendukung untuk mencapai konsumen yang lebih luas. Selain itu, peningkatan SDM dalam manajemen menjadi penting karena akan meningkatkan efisiensi operasional dan strategi bisnis UMKM. Pelatihan dan pengembangan untuk para pelaku UMKM dalam hal manajemen keuangan, pemasaran digital, dan manajemen rantai pasok akan membantu mereka mengelola bisnis dengan lebih baik dan berdaya saing tinggi di pasar digital yang kompetitif. Selanjutnya, peningkatan kuantitas dan kualitas produksi menjadi aspek krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital. UMKM perlu memperkuat kapasitas produksi mereka dengan mengadopsi teknologi dan proses produksi yang lebih efisien serta mempertimbangkan inovasi dalam produk dan layanan mereka. Ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik maupun internasional, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia sebagai pemain utama dalam ekonomi digital global.

Kerangka Dasar Teori

Teori Strategi

Stephani K. Marrus, sebagaimana dikutip Suktristono dalam buku Husein Umar, menggambarkan strategi sebagai proses membuat rencana oleh para pemimpin yang berfokus pada tujuan organisasi di masa depan, disertai

dengan penyusunan rencana atau strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Serta menurut George Stainer dan John Minner menyatakan bahwa penempatan misi, penetapan tujuan organisasi dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang berkontribusi membuat kebijakan untuk mencapai tujuan dan memastikan bahwa kebijakan tersebut diterapkan dengan tepat dan benar, sehingga tujuannya dapat tercapai (Yuhefizar, 2016)

Secara umum, strategi adalah suatu pendekatan untuk mencapai sasaran dan tujuan dengan menerapkan ide, membuat rencana, dan melakukan tindakan untuk mencapainya dalam jangka waktu tertentu dengan mempertimbangkan peluang serta ancaman dengan tetap fokus pada tujuan utama. Selain itu, kata “strategi” juga dapat berarti perencanaan yang memaksimalkan kekuatan dengan menggabungkan sasaran dan sumber daya untuk mencapai suatu pencapaian tujuan maupun sasaran tujuan tertentu.

Strategi Bertahan

Strategi bertahan (survival strategy) bisa diartikan sebagai cara yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensi yang dianggap bernilai, baik bersifat material maupun non material. Strategi bertahan bagi produsen merupakan tindakan atau metode yang digunakan produsen untuk menjaga kelangsungan produksi atau operasional usahanya. Tujuannya adalah mempertahankan dan meningkatkan bisnis dalam industri, organisasi, atau perusahaan agar tetap stabil, seimbang, dan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan.

Di dalam perspektif sosiologi, strategi bertahan menjadi pilihan menghadapi ancaman yang dapat merusak nilai-nilai usaha. Strategi ini adalah cara yang digunakan individu atau kelompok untuk mempertahankan eksistensi, baik material maupun non-material. Fokusnya adalah mempertahankan dan meningkatkan bisnis yang ada. Usaha yang menerapkan strategi bertahan biasanya bertujuan melindungi pasar.

Strategi bertahan pada bisnis berfokus pada mempertahankan dan meningkatkan bisnis yang ada, serta melindungi pasar dari pesaing. Usaha yang menerapkan strategi ini cenderung menghindari kreativitas dan inovasi dalam produk atau jasa baru, lebih memilih untuk menurunkan harga produk yang ada. Usaha tersebut biasanya mementingkan stabilitas pasar target dengan sedikit lini produk dan pasar sempit. Dengan demikian, mereka lebih fokus pada mempertahankan pasar kecil daripada memperluasnya, untuk melindungi dari pesaing.

Bentuk-Bentuk Strategi

Ada tiga bentuk kelompok strategi pada prinsipnya yang terbagi menjadi strategi manajemen, strategi investigasi, dan strategi bisnis.

1. Strategi Manajemen

- Strategi manajemen berfokus pada pembuatan strategi secara makro, termasuk pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar, dan strategi keuangan.
2. Strategi Investasi
Strategi investasi adalah kegiatan yang berfokus pada investasi. Contohnya, bisnis mungkin mempertimbangkan strategi pertumbuhan agresif maupun upaya untuk mengadakan penetrasi pasar juga mungkin termasuk ke dalam strategi bertahan, divestasi, atau pembangunan kembali divisi baru.
 3. Strategi Bisnis
Strategi bisnis sering disebut strategi fungsional karena berfokus pada fungsi manajemen seperti pemasaran, produksi, operasional, organisasi, distribusi, dan keuangan.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang merujuk kepada bisnis yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga. Ini adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

UMKM di Indonesia memiliki peran penting sebagai penopang ekonomi. Mereka merupakan penggerak utama dalam perekonomian nasional dengan berkontribusi dalam distribusi hasil pembangunan dan pertumbuhan aktivitas ekonomi. Pengembangan sektor UMKM juga memiliki dampak signifikan dalam mengurangi kemiskinan. Pertumbuhan sektor UMKM sering dianggap sebagai indikator keberhasilan pembangunan, terutama di negara-negara dengan pendapatan per kapita rendah (Primiana, 2009:49).

UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah dan nasional. Mereka adalah bentuk usaha kecil yang didirikan berdasarkan inisiatif individu. Meskipun ada persepsi bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak tertentu, mereka sebenarnya berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. UMKM juga memanfaatkan sumber daya alam yang potensial namun belum dimanfaatkan secara komersial di daerah-daerah tertentu. Peran mereka sangat vital dalam menciptakan pasar baru, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber daya alam, mengurangi kemiskinan, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung kehidupan keluarga tanpa bergantung pada kontrol atau fasilitas pemerintah daerah yang memadai. UMKM juga sering menjadi awal dari pertumbuhan usaha yang lebih besar.

Peran UMKM

UMKM sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian negara ini. Mereka berfungsi sebagai penyedia kesempatan ekonomi yang merata bagi masyarakat kecil, karena UMKM tersebar luas di berbagai daerah termasuk desa, yang secara

signifikan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di tingkat lokal. UMKM juga berperan secara tidak langsung dalam mengatasi masalah kemiskinan yang masih menjadi tantangan bagi Indonesia. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, meningkatkan kualitas pembangunan ekonomi merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu, UMKM memberikan kontribusi signifikan dalam mengurangi kemiskinan dengan menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar.

UMKM memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja yang lebih luas. Dengan populasi Indonesia yang terus berkembang, UMKM menjadi solusi untuk meningkatkan kualitas individu. Selain menyerap tenaga kerja, UMKM juga mendorong masyarakat untuk berkompetisi dan menciptakan usaha serta peluang baru.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif yang umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar, ataupun rekaman. Dengan menggunakan data yang sebenarnya terjadi (Sugiyono, 2011). Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif yang menampilkan, menjelaskan, atau menggambarkan dengan tujuan mengungkapkan suatu fenomena, fakta, maupun keadaan secara alamiah yang terjadi pada saat peneliti sedang melakukan penelitian.

Hasil Penelitian

Strategi bertahan yang diterapkan oleh pelaku UMKM pasca pandemi Covid-19 di Museum Mulawarman Tenggarong dalam meningkatkan daya saing dan memastikan kelangsungan usaha. Pelaku UMKM di kawasan ini telah menggunakan strategi bertahan berbasis inovasi, antara lain meningkatkan pemasaran melalui platform digital, memperluas jaringan distribusi, dan mengoptimalkan manajemen keuangan untuk menghadapi penurunan kunjungan dan permintaan selama pandemi. Kebijakan pemerintah untuk membuka kembali objek wisata di Kutai Kartanegara setelah menurunnya kasus Covid-19 memberi kesempatan para pelaku UMKM untuk merestrukturisasi dan memulihkan perekonomian mereka yang sebelumnya terpuruk akibat menurunnya kunjungan. Di tengah perubahan keadaan pada saat pandemi Covid-19 hingga pasca pandemi Covid-19 ini, pentingnya adaptasi terus menerus oleh pelaku UMKM menjadi kunci untuk menghadapi tantangan masa depan, termasuk peningkatan kompetisi di pasar global yang semakin terbuka.

Pelaku UMKM souvenir di area Museum Mulawarman Tenggarong telah berhasil menerapkan berbagai strategi yang dapat dengan mudah menyesuaikan keadaan dan inovatif untuk bertahan dan bahkan berkembang pasca adanya pandemi Covid-19. Penggunaan media sosial, memberikan beberapa pilihan produk, layanan pengiriman, dan dukungan eksternal

merupakan faktor-faktor kunci yang mendukung kelangsungan usaha mereka. Pelajaran dari pengalaman ini dapat menjadi panduan bagi UMKM lain dalam menghadapi tantangan serupa di masa mendatang. Kemampuan adaptasi dan inovasi menjadi kunci utama bagi UMKM souvenir di Museum Mulawarman dalam menghadapi dampak pasca adanya pandemi Covid-19. Dengan strategi yang tepat, maka UMKM juga diharapkan berhasil mempertahankan eksistensinya. Dukungan eksternal dari pemerintah dan lembaga terkait juga berperan penting dalam membantu UMKM melewati masa krisis, keberlanjutan usaha ini akan sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi serta menjaga kualitas produk dan layanan yang ditawarkan.

Pelaku UMKM souvenir di area Museum Mulawarman melakukan beberapa strategi yang cenderung sama dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya seperti menambah beberapa pilihan produk yang akan ditawarkan, menjaga kualitas produk, menawarkan produk melalui sosial media dengan tujuan agar dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif murah dan mudah untuk dijalankan sendiri oleh pemilik usaha, hingga menyediakan fasilitas pengiriman barang yang telah dibeli untuk para pelanggan yang khususnya berada diluar kota.

Pentingnya peran teknologi digital dalam mendukung keberlangsungan UMKM souvenir di Museum Mulawarman tidak dapat diabaikan. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya tidak terlalu memanfaatkan teknologi digital kini beralih ke platform online untuk menawarkan berbagai produk mereka. Seperti pembuatan toko online di marketplace populer, penggunaan aplikasi pesan instan untuk menerima pesanan, dan pemanfaatan layanan pembayaran digital. Peralihan ini tidak hanya memperluas pasar tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional, karena transaksi dan komunikasi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan praktis. Teknologi digital telah menjadi solusi bagi banyak UMKM dalam mengatasi tantangan yang muncul akibat pandemi.

Selain itu, kolaborasi antar pelaku UMKM menjadi salah satu strategi penting dalam menghadapi masa sulit. Dengan bekerja sama, mereka dapat berbagi sumber daya, seperti bahan baku, alat produksi, dan bahkan tenaga kerja. Kolaborasi ini juga mencakup kegiatan promosi bersama, dimana beberapa UMKM bergabung untuk mengadakan bazar online atau acara promosi lainnya. Ini tidak hanya membantu mengurangi biaya tetapi juga memperkuat jaringan antar UMKM, menciptakan solidaritas dan dukungan yang penting dalam situasi krisis. Kolaborasi ini menunjukkan bahwa dengan bersatu, pelaku UMKM dapat mengatasi tantangan yang lebih besar dibandingkan jika mereka bekerja sendiri-sendiri.

Keberhasilan UMKM dalam bertahan juga dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam mengelola keuangan dengan bijaksana. Banyak pelaku UMKM yang menghadapi kesulitan saat pandemi karena penurunan pendapatan yang signifikan. Untuk mengatasi ini, mereka dituntut untuk harus

bisa mengoptimalkan penggunaan modal yang ada, memprioritaskan pengeluaran yang benar-benar penting, dan mencari cara untuk mengurangi biaya operasional. Mengatur keuangan secara disiplin juga efektif dalam memungkinkan UMKM untuk tetap terus beroperasi bahkan memperluas usahanya.

Strategi pemasaran juga sangat diperlukan oleh setiap pelaku usaha karena dengan menerapkan strategi pemasaran ini maka diharapkan produk-produk yang mereka tawarkan dapat diterima pasar. Setiap usaha yang dapat meningkatkan penjualan strategi pemasaran ini merupakan suatu cara yang digunakan untuk membantu pelaku usaha untuk membuat dan menjual barang atau jasa yang sesuai dengan kondisi usaha dan selera dari pembeli yang dituju. Strategi ini juga merupakan suatu rencana-rencana yang disusun secara sistematis dan menyeluruh yang digunakan sebagai panduan untuk melakukan kegiatan pemasaran agar dapat mencapai tujuan usaha yaitu menghasilkan keuntungan.

Kesimpulan

1. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM Souvenir
Seluruh pelaku UMKM souvenir di area Museum Mulawarman Tenggarong sangat merasakan dampak pandemi Covid-19 hingga pasca pandemi Covid-19 saat ini para pelaku UMKM tersebut tetap dapat terus bertahan walaupun sempat secara langsung merasakan dampak negatifnya, seperti jumlah pengunjung yang berkurang ataupun hasil dari penjualan yang mengalami penurunan secara drastis.
2. Strategi Bertahan yang Diterapkan
Strategi yang dipilih oleh para pelaku UMKM souvenir di area Museum Mulawarman Tenggarong pada umumnya sama, seperti menambah pilihan produk serta melakukan promosi di *platform* media sosial misalnya melalui *facebook*.
3. Meningkatkan Penjualan dengan Produk Baru
Produk souvenir yang ditawarkan tidak hanya hasil kerajinan dari yang mereka buat sendiri, tetapi juga di dapat dari beberapa pengrajin yang membawa produknya ke para pelaku UMKM tersebut untuk kemudian dijual lagi.
4. Penggunaan Media Sosial
Penggunaan media sosial menjadi salah satu strategi utama dalam upaya bertahan. Media sosial membantu meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau lebih banyak konsumen.
5. Adaptasi Terhadap Kondisi Baru
UMKM souvenir di Museum Mulawarman telah mampu beradaptasi dari kondisi pasca pandemi Covid-19 dengan menerapkan protokol kesehatan serta menyesuaikan jam operasional dan cara pelayanan yang lebih fleksibel.

6. Peningkatan Kualitas Produk

Fokus dalam peningkatan kualitas produk yang ditawarkan menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM dalam mempertahankan bisnisnya. Dengan tujuan produk yang berkualitas tinggi tersebut mampu menarik minat konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

7. Inovasi Produk

Para pelaku UMKM terus berinovasi dengan menghadirkan produk-produk baru yang unik dan menarik guna menyesuaikan dengan kebutuhan dan trend pasar yang terus berkembang.

8. Pengelolaan Keuangan yang Efektif

Pengelolaan keuangan yang baik dan efektif sangat diperlukan untuk memastikan keberlangsungan usaha. UMKM perlu mengatur *cash flow* dengan cermat agar dapat bertahan di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu.

Daftar Pustaka

- Amri, A . (2020, Juni 01) *DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA*. *BRAND*. 2, 123-130. Retrieved from <https://ejournal.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/605>
- Hardilawati, W.I. (2020, Juni 01). *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. 10,89-98. Doi:<https://doi.org/10.37859/jae.v10il.1934>
- Ajif, P. (2013). *Pola Jaringan Sosial pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga*. *Jurnal Penelitian*, 31–40. https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB_III_09.10.033_Aji_p.pdf