

KEWIRAUSAHAAN UPAYAPEMULIHAN EKONOMI DAMPAK COVID-19 SENTRA BATIK WONOGIRI JAWA TENGAN

Siti Nurlaela, Amir Junaidi, Bambang Mursito, Eny Kustiyah

Universitas Islam Batik, Surakarta.

Email: dra.nurlaela90@gmail.com

Abstrak

Program Kemitraan Masyarakat Digital Marketing, Kewirausahaan Upaya Pemulihan Ekonomi Masa Covid-19 di Sentra Batik Wonogiri Jawa Tengah, ini merupakan solusi terbaik untuk membantu perekonomian tetap berjalan. pendampingan pemasaran melalui media sosial. Program Kemitraan Masyarakat sebagai penentu daya saing, pembuatan inovasi desain batik dengan ciri khas batik Wonogiri dan pendaftaran kekayaan intelektual hak, penambahan peralatan pendukung untuk peningkatan kualitas dan percepatan proses produksi berupa alat, peningkatan kapasitas produksi, jumlah omzet meningkat dibanding periode awal pandemi Covid-19. Evaluasi tindak lanjut, setelah pelaksanaan program kemitraan masyarakat kesesuaian: Input, Proses, Keluaran dan Keluaran, dengan kebutuhan dan solusi yang diberikan kepada Mitra.

Kata Kunci: Digital Marketing, Kewirausahaan, Pemulihan Ekonomi Dampak Covid 19.

Abstract

The Digital Marketing Community Partnership Program, Entrepreneurship for Economic Recovery during the Covid-19 period at the Wonogiri Batik Center Central Java, is the best solution to help the economy keep running. marketing assistance through social media. The Community Partnership Program as a determinant of competitiveness, making batik design innovations with Wonogiri batik characteristics and registering intellectual property rights, adding supporting equipment to improve quality and accelerate the production process in the form of tools, increasing production capacity, increased turnover compared to the initial period of the Covid-19 pandemic. Evaluation of follow-up, after the implementation of the community partnership program conformity: Input, Process, Output and Output, with the needs and solutions provided to Partners.

Keywords: Digital Marketing, Entrepreneurship, Economic Recovery Impact of Covid-19.

1. PENDAHULUAN

Program Kemitraan Masyarakat ditujukan untuk dapat membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat umum seperti kemiskinan, kesetaraan gender dan inklusi sosial, bencana alam, keamanan, kesehatan, pendidikan, lingkungan, kependudukan, sosial politik dan masalah sosial lainnya; dan masalah yang dihadapi oleh masyarakat ekonomi produktif seperti masalah produksi, manajemen, dan pemasaran. Khalayak sasaran (mitra) Program Kemitraan Masyarakat dapat berupa kelompok usaha masyarakat ([Kemendikbud](#)

[Ristekbrin, 2022](#)).

Sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Wonogiri Tahun 2020-2024. Misi Meningkatkan Produktifitas Rakyat Wonogiri dan Daya Saing di Segala Bidang Sehingga Wonogiri Dapat Maju dan Bangkit Bersama Daerah-Daerah. Tujuan Meningkatkan kinerja ekonomi daerah melalui sektor pertanian, perdagangan, industri dan pariwisata yang berwawasan gkungan untuk pengembangan sistem ekonomi kerakyatan daerah bertumpu pada potensi unggulan ([Wonogiri Dalam Angka, 2022](#)).

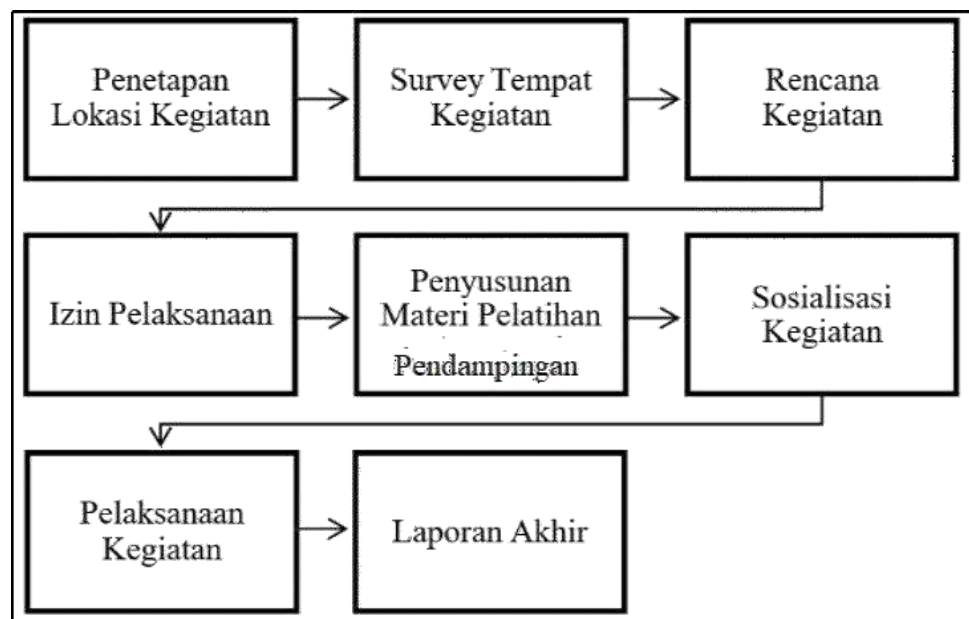
Serangan wabah Covid-19 yang terjadi di awal tahun 2020 secara global hampir di seluruh dunia termasuk di Indonesia elah memicu sentimen negatif terhadap berbagai lini bisnis khususnya bisnis UMKM (Puspita, 2022). Dampak negatif akibat wabah Covid-19, menghambat pertumbuhan bisnis UMKM. Pandemi Covid-19 yang telah terjadi menyebabkan pendapatan UMKM mengalami penurunan yang cukup besar terhadap penjualan produknya ([Anggraeni, 2021](#)).

Nihilnya order dan merosotnya pendapatan dampak penurunan daya beli masyarakat, menjadi alasan para perajin memilih menyetop usaha dan dirumahkan pekerja. Lumpuhnya UMKM batik itu tak lepas dari tutupnya sejumlah pasar besar yang selama ini menjadi andalan pasar batik produksi Sragen. Pusat grosir Tamrin, Tanah Abang Jakarta, Jogja, Solo, Surabaya hingga Bali yang selama ini menjadi andalan semua tutup semenjak virus corona (Covid 19). Permasalahan yang dihadapi mitra khususnya pada aspek teknologi akibat dampak wabah corona covid 19 yang menggerus daya beli masyarakat. Namun usaha kecil dan menengah masih bertahan, hampir semua perajin batik di sentra industri batik di Tirtomoyo Wonogiri kini terpaksa menutup usahanya karena sepi pesanan.

Pengusaha Tirtomoyo Wonogiri menghentikan 300 usaha, tak kurang dari 1.500 pekerja terpaksa dirumahkan.

2. METODE

Solusi permasalahan prioritas mitra Program Kemitraan Masyarakat Kemendikbud. Ristek/Badan Riset dan Inovasi Nasional Tahun Anggaran 2022 dengan judul “Pelatihan dan Pendampingan Program Kemitraan Masyarakat Digital Marketing, Teknologi Produksi, Kewirausahaan dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Dampak Covid-19 di Sentra Batik Tirtomoyo Wonogiri”. menggunakan metode Participatory Rural Appraisal (PRA). Metode PRA ini merupakan metode pengembangan potensi masyarakat dimana permasalahan yang ada diidentifikasi oleh masyarakat itu sendiri dan hasil dari pemecahan masalah tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk pemecahan masalah ([Susanti, 2020](#)).



Gambar 1: Alur Pelaksanaan Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat

Pada tahap implementasi, kegiatan sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat dilakukan melalui FGD. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah: akademisi, perangkat desa, pengrajin batik. Keterlibatan semua pihak untuk berpartisipasi dalam pemulihan ekonomi para perajin batik yang tergabung dalam asosiasi, akibat dampak Covid-19. Salah satu sektor tersebut adalah sektor industri batik yang menyediakan seragam sekolah, kantor dinas, pariwisata untuk menunjang dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Agar produk lebih dekat dengan konsumen, dibutuhkan mitra yang sudah memiliki usaha batik. Keikutsertaan mitra dalam pelaksanaan program di Batik Sentra Wonogiri memiliki motivasi untuk mengikuti kegiatan alih teknologi dengan sangat antusias, hal tersebut akan mempengaruhi keberhasilan alih teknologi. Semakin tinggi motivasi seseorang untuk mengikuti kegiatan alih teknologi, maka semakin tinggi pula peluang keberhasilan alih teknologi.

Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program

Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat di Sentra Kerajinan Batik Tirtomoyo Wonogiri di tempat workshop Batik Kartika yang beralamat di Cangkringan Bugel Rt.01/ Rw 05 Tirtomoyo Wonogiri Provinsi Jawa Tengah. Masyarakat di sentra Batik Wonogiri mempunyai semangat untuk berpartisipasi dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat, terlihat sangat terbuka dan mendukung penuh dalam pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat. Partisipasi dalam bentuk moril yang menciptakan kondisi lingkungan kerja yang baik, akan menunjang para pekerja sehingga dapat menimbulkan semangat kerja yang lebih baik sehingga tujuan-tujuan kelompok usaha dalam berusaha akan cepat tercapai. Budaya memberi rasa nyaman masyarakat untuk

mengatur bagaimana kehidupan sosial sehari-hari mereka. Kepercayaan dan nilai budaya pada kelompok pekerja yang berbeda memiliki dampak yang nyata terhadap bagaimana mereka membangun arti dari teknologi yang mereka gunakan ketika bekerja maupun untuk keperluan pribadi.



Gambar 2: Pelatihan Program Kemitraan Masyarakat di UKM Batik Wonogiri

Ciri-ciri budaya dari dua belah pihak dapat memiliki dampak yang signifikan pada efektivitas dan karenanya mempengaruhi keberhasilan proses transfer teknologi. Beberapa partisipasi sentra Batik Wonogiri dalam mendukung kegiatan program kemitraan masyarakat yaitu: 1) Tempat atau lokasi kegiatan pelatihan dilaksanakan di sentra Batik Wonogiri bekerjasama dengan pemerintah. 2) Peserta pelatihan bersedia mengikuti pelatihan hingga selesai dan sesuai jadwal program. 3) Peserta atau mitrapasca pelatihan bersedia melakukan pendampingan sentra Batik Wonogiri. 4) Peserta atau mitra bersedia mentaati tata tertib pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat. 5) Peserta atau mitra menyetujui dan bersedia menerima dan memelihara aset yang dihibahkan dalam Program Kemitraan Masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode dan Tahapan dalam Pelaksanaan .

Pelaksanaan Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Kemendikbud. Riset Dan Teknologi/ Badan Riset Dan Inovasi Nasional Tahun Anggaran 2022 dengan judul ”.

Program Kemitraan Masyarakat Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital, Teknologi Produksi, Kewirausahaan Upaya Pemulihan Ekonomi Di Masa Covid-19 Di Sentra Batik Tirtomoyo Wonogiri.” dimulai dari pengamatan kondisi usaha yang ikut collaps pada saat kondisi pandemic covid 19 dengan mempertimbangkan sector usaha yang memiliki tenaga kerja banyak, memiliki nilai ekonomi strategis dan pangsa pasar luas. Salah satu sector itu adalah sector industri kerajinan batik yang menyediakan seragam sekolah, kantor instansi, pariwisata untuk menunjang dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Agar produk lebih dekat dengan konsumen maka diperlukan mitra yang telah memiliki usaha batik, konveksi, penjahit. Pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah: Akademisi, Perangkat Desa, para perajin batik dan konveksi. Keterlibatan semua pihak untuk berpartisipasi dalam pemulihan ekonomi para perajin batik yang tergabung dalam paguyuban, karena terdampak Covid-19.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program.

Pelaku usaha Di Sentra Batik Tirtomoyo Wonogiri mempunyai Motivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan transfer teknologi sangat antusias akan berpengaruh terhadap keberhasilan transfer teknologi. Semakin tinggi motivasi seseorang untuk mengikuti kegiatan transfer teknologi, maka semakin tinggi pula peluang keberhasilan transfer teknologi. Motivasi secara aktif berpartisipasi dan mendukung proses transfer pengetahuan dan teknologi. Pengrajin batik Tirtomoyo Wonogiri sangat terbuka dengan adanya kegiatan kerjasama Program Kemitraan Masyarakat. Pihak terkait Masyarakat, Kepala Desa, Camat Tirtomoyo dan Dinas UMKM dan Koperasi Kabupaten Wonogiri sangat mendukung adanya program kemitraan masyarakat.

Kondisi lingkungan kerja yang baik, akan menunjang para pekerja sehingga dapat menimbulkan semangat kerja yang lebih baik sehingga tujuan-tujuan kelompok usaha Di Sentra Batik Tirtomoyo Wonogiri dalam berusaha akan cepat tercapai. Budaya memberi rasa nyaman masyarakat untuk mengatur bagaimana kehidupan sosial sehari-hari mereka

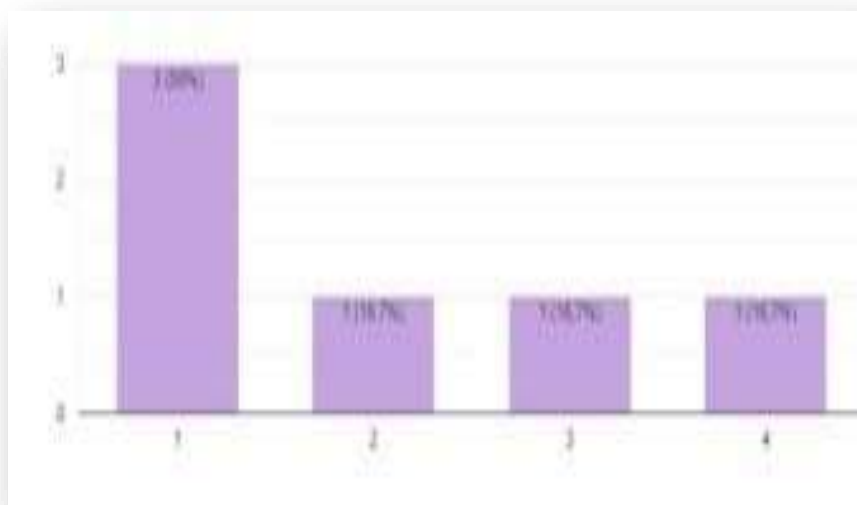


Gambar 3: Pendampingan Progran Kemitraan Masyarakat di UKM Batik Wonogiri

Kepercayaan dan nilai budaya pada kelompok pekerja yang berbeda memiliki dampak yang nyata terhadap bagaimana mereka membangun arti dari teknologi yang mereka gunakan ketika bekerja maupun untuk keperluan pribadi Ciri-ciri budaya dari dua belah pihak dapat memiliki dampak yang signifikan pada efektivitas dan karenanya mempengaruhi keberhasilan proses transfer teknologi.



Kegiatan jenis usaha di sentra Batik Tertomoyo Wonogiri di lakukan sebanyak 66,7% di mulai dari usha keluarga dan sebanyak 33,3% usaha pribadi .



UKM sentra Batik Tertomoyo Wonogiri kegiatan sumber usaha menggunakan dana atau permodalan sebanyak 50% dari Keluarga, sebanyak 16,7% dari Perbankan, sebanyak 16,7% dari pinjam Paguyuban dan 16,6 % dari Kelompok Arisan.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program kemitraan masyarakat:

Tempat / lokasi kegiatan Pelatihan Paguyuban kelompok usaha sentra kerajinan batik Batik dilaksanakan di Rumah Bapak Aris Batik Kartika di Cangkringan Bugel Rt.01/ Rw 05 Tirtomoyo Wonogiri Provinsi Jawa Tengah. yang bekerjasama dengan Kepala Desa Pemerintah Desa Tirtomoyo Wonogiri. Mitra/ Peserta Pelatihan bersedia mengikuti dan menerima transfer teknologi Ipteks hingga selesai jadwal program. Mitra/ Peserta Pasca Pelatihan bersedia di lakukan pendampingan di kelompok usaha sentra industri Batik sesuai jadwal. Mitra/ Peserta Pelatihan bersedia mengikuti pelatihan hingga selesai jadwal program. Mitra/ Peserta Bersedia mentaati tata tertib di dalam pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat. Mitra menyetujui, bersedia menerima dan melihara aset yang di hibahkan dalam program kemitraan masyarakat. Mitra menyetujui, bersedia menyediakan bahan peralatan yang sudah dipakai untuk di kembangkan dengan inovasi desain baru dalam program kemitraan masyarakat. Mitra menyetujui setelah pasca program kemitraan masyarakat masih menjalin hubungan baik untuk evaluasi program dan membentuk jaringan bisnis yang berkeberlanjutan. Mitra perpartisipasi dalam mengembangkan desain baru dalam program kemitraan masyarakat. Mitra menyetujui setelah pasca program kemitraan masyarakat masih menjalin hubungan baik dan membentuk jaringan bisnis yang berkeberlanjutan. Mitra ditingkatkan peran serta atau partisipasinya dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan. Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan. Tahap Akhir Evaluasi setelah

pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat untuk mengetahui kesesuaian: Input, Proses, output dan Outcome., Fungsi Evaluasi dalam Pengabdian Kepada Masyarakat bukanlah sekedar mengadakan pengawasan dari pelaksanaan kegiatan UMKM, melainkan juga termasuk pengumpulan data sebagai masukan guna penentuan tindak lanjut dalam usaha-usaha perbaikan pelaksanaan kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, dengan adanya Evaluasi diharapkan perbaikan-perbaikan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari satu periode ke periode berikutnya.

Program Kemitraan Masyarakat bertujuan untuk pendayagunaan cara adopsi transfer teknologi dan Digital Marketing yang baik di sentra batik Tirtomoyo Kabupaten Wonogiri dapat membangun kreatifitas untuk menghasilkan produk inovatif dan berkualitas. Masa sekarang ini penggunaan transfer teknologi akan menjadi solusi terbaik untuk membantu roda perekonomian tetap berjalan. bantuan pemasaran melalui media sosial dan automasi. Kegiatan Program kemitraan masyarakat ini jangka waktu 8 (delapan) bulan yaitu pelatihan pemasaran digital, pelatihan kewirausahaan, Manajemen , Pengelolaan keuangan, pelatihan teknologi produksi inovasi baru, pelatihan pembuatan desain batik kekhasan lokal. Pihak yang terlibat pada tahap pertama adalah pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha.

Pelaksanaan Pelatihan membuat website, melengkapi fasilitas edukasi dan workshop batik kartika. meliputi Desain pelatihan pembuatan desain youtube dan unggah di youtube. Pendampingan (pasca pelatihan) pemasaran digital, pendampingan teknologi produksi inovasi baru, kewirausahaan, manajemen, pengelolaan keuangan, pendampingan pembuatan desain batik kekhasan local. Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat personil yang terlibat adalah pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha sentra batik Tirtomoyo Wonogiri.

Program Kemitraan Masyarakat Luaran Capaian keberdayaan mitra sebagai berikut: 1). Sebanyak 5 pekerja ditingkatkan Pengetahuannya pengelolaan keuangan dan manajemen berbasis website. 2). Sebanyak 3 pekerja ditingkatkan Keterampilannya dalam membuat desain berkarakter lokal sebagai penentu daya saing. 3) Penerapan 1 Desain Inovatif untuk batik berkarakter kekhasan situs bersejarah dan pengurusan pendaftaran Hak Cipta Kekayaan Intelektual. 4) Penambahan peralatan penunjang peningkatan kualitas dan percepatan proses produksi berupa alat Teknologi Tepat Guna mesin pengering. 5) Kualitas dan Jenis produk mitra meningkat. 6) Kapasitas produksi meningkat. 7). Jumlah omzet meningkat dibandingkan masa awal pandemi Covid.

Evaluasi Tindak Lanjut, setelah pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat untuk mengetahui kesesuaian: Input, Proses, output dan Outcome, dengan kebutuhan dan solusi yang juga memuat uraian secara cermat dan singkat rencana kegiatan yang diusulkan. diberikan kepada sentra kerajinan batik Tirtomoyo Wonogiri. Evaluasi diharapkan akan terdapat perbaikan-perbaikan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari satu periode ke periode berikutnya masalah yang akan dipecahkan oleh Tim pengabdian dimulai dari perolehan bahan baku sampai dengan bidang pemasaran. Agar produk-produk

yang dihasilkan kelompok usaha tersebut memiliki kualitas dan mampu bersaing dengan produk-produk batik dari dalam maupun luar negeri maka perlu adanya pendampingan ipteks dan tata kelola manajemen untuk membantu memecahkan kesulitan yang dihadapi kelompok usaha sentra kerajinan batik Tirtomoyo.

Tahap akhir berupa evaluasi terhadap target yang telah direncanakan dan upaya keberlanjutan kegiatan: Luaran Wajib berupa: satu artikel ilmiah yang dipublikasikan melalui Jurnal Pengabdian Masyarakat Terakreditasi Sinta 3 ber ISSN, publikasi 1 artikel pada media massa cetak/elektronik TA TV dan video kegiatan ke youtube. Sedangkan Luaran Tambahan: 1) Buku Monograf ISBN dan Hak Cipta Buku Monograf.



Gambar 4: Penerapan Teknologi Tepat Guna Mesin pengering Kain di UKM Batik Wonogiri

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan Program Kemitraan Masyarakat terkait urgensi keberlanjutan sentra Batik Tirtomoyo yang berdampak pada pandemi Covid19, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; Program Kemitraan Masyarakat ini membuktikan bahwa penerapan Digital Marketing yang dilakukan para pengusaha Batik sudah sesuai prosedur. Hasil kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini membuktikan bahwa dengan penerapan teknologi tepat guna pada mesin pengering dapat membantu produksi lebih banyak di musim hujan terutama memberikan dampak positif bagi ketahanan ekonomi sentra batik Tirtomoyo dengan tetap melakukan proses produksi dan terus mendistribusikan barang ke konsumen. Melalui program Kemitraan Masyarakat, Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing, Teknologi Produksi, Kewirausahaan Upaya Pemulihan Ekonomi Dampak

Covid-19 Di Sentra Batik Tirtomoyo Wonogiri, kami berhasil melakukan inovasi teknologi tepat guna berupa teknologi produksi alat pengering kain .

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Tirtomoyo, Dinas UMKM dan Koperasi Kabupaten Wonogiri, LLDIKTI Wil 6 dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Riset dan Teknologi Brin 2022. Tim juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para UKM sentra Batik Tirtomoyo Wonogiri yang antusias mengikuti kegiatan Program Kemitraan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayatulloh, A.R .D Kristiana, A Prabowo, A Geza H, Iflihati S Suhendriani. (2022). Penerapan online & offline marketing terstruktur serta perbaikan desain kemasan guna meningkatkan daya saing UMKM King Keripik di Kabupaten Batang . Riau Journal of Empowerment,(1), 1 -12
<https://doi.org/10.31258/raje.5.1.1-12>
- Andi Hendrawan, 2019, Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap, *Jurnal Adinistrasi dan Kesekretarisan*, Vol.4 No.1 Maret (2019) : 54.
- Agbim, Kenneth Chukwujiok, Godday dan Tor. (2014). Moderating Effects of Individual Entrepreneur and Enterprise Characteristics on The Relationship between Business Environmental Scanning Behaviour and Entrepreneurial Performance. *Journal of Business Studies Quarterly*. Vol.6. No.1.
- Alasadi, Rami dan Al Sabbagh, Hicham. (2015). The Role of Training in Small Business Performance. *International Journal of Information, Business and Management*. Vol.7, No.1. p.292-311.
- Allen, J. C., & Malin, S. (2008). Green entrepreneurship: A method for managing natural resources?. *Society and Natural Resources*, 21(9), 828-844.
- Altinay, Levent dan Chaterine L. Wang. (2011). The Influence of an Entrepreneur's Socio-Cultural Characteristics on The Entrepreneurial Orientation of Small Firm. *Journal of Small Business and Entrerprise Development*. Vo; 18, No.4. p.673- 694.
- Alowaihan, Abdullah Kh. (2004). Gender and Business Performance of Kuwaiti Small Firms: A Comparative Approach. *International Journal of Commerce &*

Management.Vol.14,No.3/4.p.69-82.

- Ali,Kara;John E;DeShiels,Oscar w,Jr. (2005). The Effect of a Market Orientation on Business Performance: A Study of Small-Sized Service Retailers Using MARKOR Scale. *Journal of Small Business Management*. Vol.43,No.2.
- Asgar,Alizadeh;Alipour,Hossein dan Hasanzadeh,Mohammad. (2013). Market Orientation and Business Performance Among SMES Based in Ardabil Industrial City- Iran. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*. Vol.2,No.7.p.38-47.
- Bhuian, Shahid,N dan Gader-Abdul Abdullah. (1997). Market Orientation In The Hospital Industri. *Marketing Health Service*; 37-44 Cadogan dan Dimantopaulus. (1995). Market Orientation Construct Integration and Internationazation. *Journal of Strategic* . 3: 41-60
- Chandrakumara,Anil;De Zoysa,Anura dan Manawaduge,Athula. (2011). Effects of the Entrepreneurial and Managerial Orientations of Owner-Managers on Company Performace:An Empirical Test in Sri Lanka. *International Journal of Management*. Vol.28,No.1.
- Daniel Laksana And Diah Dharmayanti, “Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan intellectual capital Dan perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No.1 April (2018):13.
- Dave Chaffey, *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*, (England: Pearson Education Limited, 2015) 18.
- Deni Apriadi dan Arie Yandi Saputra, “E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian”, *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi* Vol.1 No.2 (2017): 132-133.
- Farinelli, F., Bottini, M., Akkoyunlu, S., & Aerni, P. (2011). Green entrepreneurship: the missing link towards a greener economy. *Atdf Journal*, 8(3/4), 42-48.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius, 2012, *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Customer Satisfaction, Stategi Kompetitif Hingga E- Marketing*, 541-543.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius, *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Cusoemer Satisfaction, Stategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 3*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2017) 540.

- Hadiyati, E. 2011. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 13.No. 1. 8-16.
- Hills, Gerald. 2008. "Marketing and Entrepreneur-ship, Research Ideas and Opportunities", *Journal of Small and Medium Entrepreneur-ships*, page: 27-39.
- Im, Subin dan John P. Workman Jr. (2004), "Market Orientation, Creativity, and New Product Performance in High-Technology Firms", *Journal of Marketing*, Vol. 68 (April2004)
- Jain, T. K. (1998). *Entrepreneurship For Social Cause A Study On Western India*. Bhavnagar University, Bhavnagar Jain, T.K. (2009). *Discovering Social Entrepreneurship*. *Asia Pacific Business Review* 5(1), 21-34
- Kraus, S., Kauranen, I., Reschke, C. H. 2011. Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach. *Management Research Review*. 34(1). Pp.58–74.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. "How Award Winning SMEs Manage the Barriers to Innovation", *Journal Creativity and Innovation Manage-ment*, page: 141-151.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. 2005. The role of entrepreneurial orientation in Stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive*. 19(1). 147-156.
- Lee, J.S & Chia J.H. 2009. A Research in Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Business & Economics Research*. Vol 8. No. 9.
- Mohammad Trio Febrianto dan Debby Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean", *Jurnal Manajemen Dewantra*, Vol.1 No.2 Desember (2018) : 65-66.
- Mohammad Trio Febrianto dan Debby Arisandi, 2018, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean", 67-68.
- Moxey, J., Studd, R. (2000), "Investigating creativity in the development of fashion textiles", *Journal of the Textile Institute*, Vol. 91 No.2, pp.174-92. Murths TP et al (1998), "Country Capabilities and the Strategic State: How National Political Institutions Affect MNC Strategies", *Strategic Management Journal*, 15, pp 113-129.
- Nahapiet, J. & Ghosal, S. 1998. Social Capital, Intellectual Capital and Organizational

Advantage. *The Academy of Management Review*. Vol. 23. No. 2. Pp. 242-266.

Ndubisi, N. O., & Nair, S. R. (2009). Green entrepreneurship (GE) and green value added (GVA): A conceptual framework. *International Journal of Entrepreneurship*, 13.

Schaper, M. (2002). The essence of ecopreneurship. *Greener management international*, 26-30.

Shahab, Sadaf, dan Muhammad Tariq Mahmood. 2013. Comparative Advantage of Leather Industry in Pakistan with Selected Asian Economies. *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 3, No.1. Hal. 133 — 139. Islamabad: Federal Urdu University of Arts, Science and Technology.

Soleh, Achmad. 2012. Kontribusi dan Daya Saing Ekspor Sektor Unggulan dalam Perekonomian Jawa Tengah. *Dalam Diponegoro Journal of Economics*, Vol. 1, No. 1, Hal. 1 — 13.

Teck, Pua Eng. (2012). Entrepreneurial Market Orientation Relationship to Performance Malaysian SME's perspective. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*. Vol. VIII.

Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance: with a new introduction*. New York: The Free Press.

Verhees, Frans J.H.M dan Meulenbergh, Matthew T G. (2004). Market Orientation, Inovativeness, Product Innovation and Performance in Small Firms. *Journal of Small Business management*. Vol. 42, No. 2.

Ramo, Palalic dan Busatlic, Senad. (2015). Exploratory Research on Relationship Between Entrepreneurial Orientation Dimensions and Business Performance and Growth of Fast and Slow Growing and Medium Enterprises in Bosnia and Herzegovina, *international Journal of Business and Management*. Vol. 10, No. 2. p. 15- 30.

Runyan, Rodney, Cornelia Droge dan Jane Swinney. (2008). Entrepreneurial Orientation Versus Small Business Orientation: What Are Their Relationships to Firm Performance ?. *Journal of Small Business Management*. Vol. 46, No. 4. p. 567-588.

Shehu, Aliyu Mukhtar dan Mahmood, Rosli. (2014). Influence of Entrepreneurial Orientation and Business Environment on Small and Medium Firm Performance: A PLS Approach. *Advanced in Management & Applied Economics*.

Vol.4,No.4.p.101- 114.

Syukriah, Ana dan Hamdani, Imam. (2013). Peningkatan Eksistensi UMKM Melalui Comparative Advantage Dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung. *Economic Development Analysis Journal*. Vol.2,No.2. Tambunan,Mangara. (2009).

Melangkah Ke Depan UMKM Dalam Perekonomian Indonesia di Masa Depan, Makalah Pada Debat Ekonomi ISEI.

Swan, J., Newel, H., Scarbrought, & Hislop. 1999. Knowledge Management and Innovations: Networks and Networking. *Journal of Know-ledge Management*, 3(4): 262–275.

Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, *Creative digital marketing*, (Jak arta: Elex Media Komputindo, 2009) 47.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011) 5.

Timberlake, S. 2005. Social Capital and Gender in Workplace. *Journal of Management Development*. Vol.24. No. 1. Pp. 34-44.

Taqiyyah, B. 2015. Di ASEAN, Posisi Indonesia di Level Menengah-Bawah. Jakarta.

Tang, Zhi dan Jintong Tang. (2012). Entrpreneurial Orientation and SME Performance in China’s Changing environment: The Moderating Effects of Strategies. *Asia PacificJournal Management*. Vol.29.p.409-431

Vij,Sandeep dan Bedi,Harpreet Singh . (2012). Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Business Performance:A Review of Literature.the IUP Journal of Bsiness Strategy. Vol.IX,No.3.

Verbees, Frans J. H. M. dan Matthew T. G. Meulenberg (2004), “Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance in Small Firms”, *Journal of Small Business Management*, Vol. 42 (2)

Westerberg,Mats dan Joakin Wincent. (2008). Entrpreneur Characteristics and Management Control: Contingency Influences on Business Performance. *Journal of Business and Entrepreneurship*. Vol.20.No.1

Verhees,Frans J.H.M dan Meulenberg,Matthew T G. (2004). Market Orientation, Inovativeness,Product Innovation and Performance in Small Firms. *Journal of*

Small Business management. Vol.42,No.2.

Yang,Chung-Wen. (2008). The Relationship Among Leadership styles, Entrepreneurial Orientation dan Business Performance. Managing Global Transition. Vol.6,No.3.p.257-275.

Yoyo Sudaryo dkk, *Digital Marketing dan Fine Tech di Indonesia*, (Yogyakarta: Andi OFFSET, 2020) 36-37.

Zimmerer,W. T.1996. Entrepreneurship and the New Venture Foration. New Jersey: Prentice Hall International.