
PENDEKATAN TEORI MASLOW PADA SEKTOR USAHA KECIL PASCA COVID-19 DI INDONESIA

Dedi Rianto Rahadi

Universitas Presiden
*dedi1968@president.ac.id

Abstrak

Usaha kecil pada masa COVID-19 itu sendiri dapat dikatakan terkena efek atau dampak atas fenomena pandemi yang terjadi. Hal tersebut diperkuat lagi dengan kebijakan ekstra standar kesehatan serta kebijakan jaga jarak dalam lingkungan sosial. Seperti aturan scan barcode, larangan berkerumun, dan aturan menggunakan masker. Pencarian data dari penelitian yang telah ada, survei atas satu pertanyaan, informasi yang bersumber dari data sekunder, serta penelitian dari sumber daya yang ada digunakan untuk kebutuhan terkait motivasi bisnis pasca-COVID-19. Dari wabah COVID-19 yang terjadi, maka para pelaku bisnis perlu untuk peka akan dampak yang terjadi terhadap lingkungan fisik serta kebutuhan setiap pelanggan yang ada. Poin yang perlu diperhatikan adalah bahwa suatu bisnis tidak hanya berkaitan dengan angka dan daftar yang harus dilakukan, melainkan juga berkaitan dengan hubungan dan dampak terhadap orang lain.

Kata Kunci : usaha menengah kebawah, kebutuhan motivasi, peraturan, COVID-19

Latar Belakang

Wabah COVID-19 yang telah terjadi selama beberapa tahun terakhir telah merubah serta berdampak secara signifikan terhadap aktifitas sehari-hari atas setiap kegiatan dalam berkehidupan. Banyak orang dapat memperdebatkan pendekatan terbaik atau langkah ideal selanjutnya yang dapat diterapkan bagi perekonomian Amerika Serikat guna perberkembangan pesat di masa mendatang, tetapi hal yang tidak dapat diperdebatkan dampaknya adalah terkait usaha kecil yang ada di seluruh dunia. Berdasarkan studi *Main Street America* terkait kondisi yang terjadi di Amerika, mereka yang bekerja pada suatu usaha menengah kebawah, sebanyak 35,7 juta orang beresiko akan menjadi seorang pengangguran. Hal tersebut tentu memengaruhi masa depan bisnis di seluruh negeri. Pelaku usaha kecil pada masa pra COVID-19 itu sendiri mendapatkan kesulitan yang harus dihadapi untuk menciptakan, membangun, dan mengembangkan bisnis yang mereka miliki.

Kasus penduduk pertama COVID-19 di Indonesia dimulai pada Senin, 2 Maret 2020. Dengan laporan sekitar 2 penduduk berusia 31 dan 64 tahun telah terinfeksi. Karena perkembangan pandemi COVID-19, sebagian besar sektor terkena dampaknya. (Pakpahan, 2022) menyatakan bahwa wabah COVID-19 berdampak pada tiga hal, yaitu pada destinasi pariwisata, investasi, dan bisnis. Indonesia sendiri sebagai ekonomi terbesar yang ditopang oleh UMKM juga merasakan dampak dari wabah saat ini, baik dari total output maupun jumlah tenaga kerja yang menyusut selama periode tersebut, karena banyak dari mereka yang kehilangan pekerjaan. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, pada periode tahun 2018, lebih dari 64 juta UMKM dan lebih dari 116 juta tenaga kerja terserap. Pembatasan aktivitas masyarakat itu sendiri berdampak pada kegiatan komersial yang pada akhirnya berdampak pada perekonomian. Pandemi COVID-19 sendiri berdampak negatif terhadap sektor usaha kecil dan menengah (UMKM), sehingga menuntut para pelaku usaha untuk dapat beradaptasi. Berdasarkan hasil survei Katadata Insights Center (KIC) terhadap 206 UMKM di Jabodetabek, sebagian besar UMKM, 82,9%, sudah merasakan

dampak negatif dari pandemi ini. Situasi pandemi ini bahkan menyebabkan pendapatan 63,9% UMKM terdampak turun lebih dari 30%. Berdasarkan hasil survei dari beberapa organisasi di Indonesia seperti BPS (Badan Pusat Statistik), Bappenas (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional) dan lembaga Bank Dunia memberikan informasi bahwa dampak pandemi COVID-19 membuat banyak UMKM kesulitan untuk menegakkan usahanya. pembayaran utang serta untuk melakukan pembayaran terkait listrik, gas, dan biaya gaji karyawan, hal ini membuat sebagian pelaku UMKM melakukan PHK. benar-benar merasakan dampak akibat pandemi itu sendiri. Oleh karena itu, para pelaku divisi UMKM sendiri perlu melakukan inovasi dalam kegiatan produksi berupa barang atau jasa, tentunya berdasarkan kebutuhan pasar itu sendiri.

Tujuan artikel ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara pendekatan teoritis Maslow dengan sektor usaha kecil pasca Covid-19 di Indonesia, baik dari segi kebutuhan fisiologis, rasa aman, rasa memiliki, apresiasi, dan ekspresi diri.

Landasan Teori

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil dan menengah serta UMKM memegang peranan penting di Indonesia. Keuntungan dari keragaman UMKM adalah dapat menciptakan lapangan kerja atau kesempatan kerja bagi para penganggur. Lebih jauh lagi, UMKM dapat menjadi sumber pendapatan pokok bagi banyak orang. Fungsi UMKM sendiri adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, menciptakan kondisi ekonomi yang lebih baik, menciptakan lapangan kerja baru, dll. Pengertian UMKM, Kriteria dan Peranannya dalam Perekonomian Indonesia (2021, 07 April), Definisi terkait UMKM tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008. Usaha mikro adalah bisnis yang dikelola dengan baik yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria kekayaan bersih yang telah ditentukan sebelumnya. Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang produktif, mandiri dan dilakukan oleh perorangan atau organisasi usaha. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi manufaktur yang berdiri sendiri dan tidak termasuk anak perusahaan atau cabang dari usaha tertentu. Status UMKM pasca Covid-19 sendiri, dari teori Maslow tentu saling terkait. Dilihat dari artikel “Riset Kebijakan Dampak Penanganan COVID-19 Terhadap UMKM” oleh Kementerian PPN/Bappenas, terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi akibat pandemi Covid-19. Yang paling mendasar dimulai dari persoalan non-finansial, khususnya terkait saham-saham komoditas yang sulit dibeli yang mengalami kenaikan harga beli, penurunan permintaan atau order, dan sebagainya. Teori Maslow mengenai kebutuhan fisiologis sangat erat kaitannya dengan masalah tersebut karena UMKM mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dasarnya. Berikutnya adalah faktor keamanan. Masalah keuangan yang dihadapi UMKM akibat pandemi, seperti upah pekerja, biaya tetap, pelunasan utang, tagihan, dan lain-lain, semua masalah tersebut tak pelak membuat khawatir UMKM karena penurunan pendapatan atau income.

Covid-19

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), coronavirus (Covs) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Coronavirus/COVID-19 dapat berkisar dari flu biasa hingga penyakit yang lebih kompleks seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus ini dapat menyebar dengan cepat dan telah menyebar ke berbagai negara termasuk Indonesia. Seseorang dapat tertular COVID-19 jika mereka bersentuhan dengan air liur dari orang yang terinfeksi ketika bersin atau batuk, menyentuh mulut atau hidung sebelum mencuci tangan, atau melakukan kontak dekat dengan seseorang dengan COVID-19. Di Indonesia, penyebaran virus COVID-19 dimulai pada 2 Maret 2020. Seiring berjalannya waktu, penyebaran COVID-19 meningkat secara signifikan. kawalcovid19.id. (2022, 12 November) menyebutkan per 12 November 2022, jumlah kasus terkonfirmasi COVID-19 sebanyak 6.550.448 orang. Tak kurang dari 6.343.520 orang telah dinyatakan sembuh.

Kebutuhan Motivasi

Menurut Abraham Maslow, hierarki kebutuhan mengusulkan bahwa orang dimotivasi oleh berbagai kebutuhan. Dimana kebutuhan yang lebih rendah harus dipenuhi sebelum kebutuhan yang lebih tinggi terpenuhi.

Hirarki kebutuhan	Dasar	Pasca-COVID-19
Fisiologis	Makanan, air, dan tempat tinggal	Makanan, kertas toilet, penundaan pembayaran, atau pengampunan
Keamanan	Keamanan pribadi, pekerjaan, dan kesehatan	Pekerjaan (dapatkah saya melakukan ini dari rumah), kesehatan dan penampilan kesehatan, dan lingkungan yang aman tidak peduli etnis seseorang
Cinta dan milik	Persahabatan dan rasa koneksi	Koneksi dekat atau jauh, fisik atau virtual, dan penerimaan
Menghargai	Rasa hormat, status, dan kebebasan	Status yang cukup yang tidak akan goyah dengan pergeseran lingkungan dan kebebasan untuk diri sendiri dan mereka yang bekerja untuk Anda
Aktualisasi diri	Keinginan untuk menjadi yang paling bisa menjadi dan menjadi kreatif, berdaya, dan/atau tertantang	Pengembangan diri tidak peduli lokasi atau lingkungan dengan niat murni dari pemimpin

Tabel 1. Survei Pertanyaan

Fisiologis

Maslow, A.H. (1943) mengemukakan bahwa teori kebutuhan motivasi itu sendiri dibagi menjadi 5 tingkatan umum motivasi, meliputi kebutuhan dasar yaitu fisiologis, kemudian kebutuhan akan makanan, air minum dan akomodasi. Kebutuhan dasar yang sebelumnya terbilang mudah, pada saat berikutnya dapat menjadi suatu rintangan. Ketika seseorang tidak dapat memiliki tisu toilet pada suatu toko, maka kebutuhan dasar mereka dapat terguncang. Jika kebutuhan dasar seseorang tidak terpenuhi oleh atasan, maka tidak ada *buy-in* didalam perusahaan. Beberapa kebutuhan dasar yang sebelumnya tidak sulit bagi individu mungkin sekarang menjadi perjuangan. Banyak pelaku bisnis yang dengan terpaksa harus mengurangi & membatasi terkait dengan jam kerja para pegawai. Namun, bila hal tersebut tidak dilaksanakan, maka para pelaku bisnis perlu untuk menghindari keputusan tersebut dengan menggunakan cara-cara yang kreatif. Hal tersebut dilakukan guna kepentingan para pegawai itu sendiri didalam memenuhi kebutuhan dasar untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Di Indonesia sendiri terkait kebutuhan pegawai, salah satu yang diinginkan oleh pegawai itu sendiri pasca pandemic COVID-19 tidak lain adalah model kerja dengan sistim hybrid. Dengan mengkombinasikan kerja dari rumah dan kerja dari kantor. Hal tersebut tentu dapat memberikan dampak positif bagi kinerja pegawai.

Cinta dan Rasa Memiliki

Terkait kebutuhan akan cinta dan rasa memiliki, Maslow, A. H. (1943) mengemukakan bahwa beberapa pelaku usaha kecil telah dapat menjalin hubungan yang baik terhadap konsumen yang mereka miliki. Penggunaan media sosial tentu mereka pakai dan berguna atas usaha yang dijalani. Pihak pelaku usaha yang dapat berkembang dengan baik tentu mereka yang telah menerapkan dan menggunakan platform media sosial agar dapat terhubung intensif dengan para pegawai dan pelanggan yang ada. Ini juga merupakan jalan di mana pemilik bisnis dapat mengkomunikasikan rencana mereka untuk kebutuhan sebelumnya (keamanan) tentang bagaimana mereka akan menjaga lingkungan mereka tetap bersih dan aman untuk semua.

Menghargai

Kebutuhan untuk dihargai sudah pasti berkaitan dengan keinginan untuk memiliki citra diri yang positif dan kebutuhan untuk diperhatikan, diakui dan dihargai oleh orang lain. Bagi sebuah organisasi, kebutuhan untuk dihargai mencerminkan motivasi untuk pengakuan, peningkatan tanggung jawab, peningkatan status, dan penghargaan atas kontribusi seseorang terhadap organisasi. Tentunya semua

kebutuhan yang ada akan saling bergantung dan dibangun. Dalam setiap kebutuhan yang ada, skor kepercayaan merupakan faktor penting untuk meningkatkan efisiensi organisasi, terkait dengan kepuasan kerja dan stabilitas jangka panjang kesejahteraan anggota.

Aktualisasi Diri

Kaufman, S. (2020) berpendapat bahwa aktualisasi diri sendiri adalah dimana kebutuhan setiap individu didorong oleh motivasi terkait pemenuhan diri menjadi orang yang lebih baik melalui peluang yang ada. Pada saat ini banyak yang tidak memfokuskan terhadap aktualisasi diri dikarenakan mereka terfokus terkait stabilitas pekerjaan yang ada. Maka dari itu didapat kesempatan dengan dilakukannya pemberdayaan menggunakan solusi kreatif untuk memenuhi kebutuhan zaman kedepan. Seorang pemimpin tentu harus dapat menggunakan aktualisasi diri dengan se-efektif mungkin didalam mengenal pegawai yang ada. Manfaatnya tidak lain adalah Tujuannya bukan untuk mendapatkan yang terbaik dari yang ada untuk kepemimpinan dan perusahaan, melainkan tentang seorang individu didalam menghadapi tantangan yang ada tanpa perlunya suatu dorongan atau paksaan untuk berhasil.

Metode Penelitian

Survei Satu Pertanyaan

Survei yang dilakukan berisikan satu pertanyaan yang terbagi menjadi 5 tema bagian tentang topik perubahan yang perlu diperlukan untuk kepentingan perkembangan usaha kecil pasca-COVID-19 itu sendiri. Pertanyaan yang diberikan mengenai , “Perubahan pada jangka pendek maupun jangka panjang” terbagi menjadi beberapa tema, seperti terkait kebersihan, sumber dana dan pegawai, kebersihan (jaga jarak), dsb.

Responden	Topik Terkait	Kutipan
1	Kebersihan / Jarak sosial	“Memperhatikan kebersihan lingkungan pelajar dan pegawai”
2	Dana / Pegawai	“ Pegawai yang di PHK akan di pekerjakan kembali “
3	<u>Sumber Daya Daring</u> Kepegawaian	“Akan digunakan teknologi virtual / online dalam pelatihan kepada para staf serta fakultas” “ Jangka pendek, Akan dilakukan pembatasan klien untuk suatu layanan dan melakukan aktifitas cuci tangan. Jangka panjang, penerapan komunikasi secara online kepada klien”
4	<u>Kebersihan / Jarak sosial</u> Sumber daya online	
5	Kebersihan / Jarak sosial	“Menegakkan protokol sanitasi”

Data Sekunder

Kontribusi LIPI (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia) dalam Membangkitkan UMKM

Bersumber dari website Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia dengan judul artikel “Memangkitkan UMKM di Masa Pandemi dengan Inovasi dan Teknologi” pada 11 November 2020, memuat upaya meningkatkan kondisi perekonomian di Indonesia atas pelaku Usaha Kecil (UMKM) atas dampak dari pandemi COVID-19, dengan menurunnya minat daya beli masyarakat atau konsumen terhadap suatu barang, maka Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) berkontribusi didalam memecahkan permasalahan yang ada. Antara lain sebagai berikut :

- Melakukan Kerjasama terkait pemanfaatan inovasi serta teknologi guna menunjang kualitas dan daya saing produk
- Melaksanakan fungsi Inkubasi, berupa pembinaan kepada pelaku UMKM dengan diberikan fasilitas guna pemanfaatan proses produksi
- Melakukan perluasan kerjasama dengan pihak lain serta rutinitas pertemuan online guna menjadga

produktivitas yang ada

- Mengadakan kegiatan webinar yang berisikan para pelaku UMKM guna pemberian materi motivasi dan solusi didalam menghadapi pandemi COVID-19

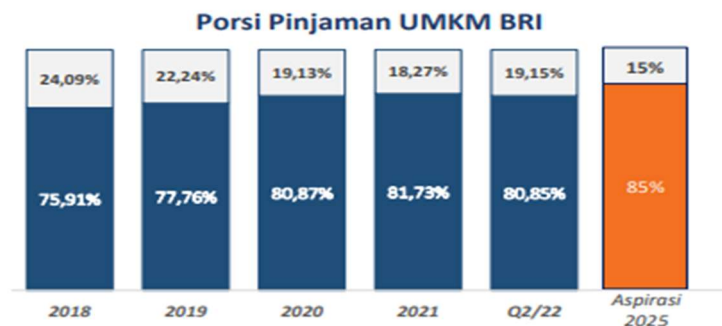
Peran Perbankan dalam Mendukung Inklusi & Digitalisasi UMKM

Berkaitan dengan transformasi serta fase perubahan yang dilakukan oleh banyak masyarakat di Indonesia selama 2 tahun masa pandemi, maka pihak perbankan atau lebih jelasnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) berkomitmen didalam mendukung UMKM (Supari. 2022. ‘‘Komitmen BRI dalam Mendukung Inklusi Keuangan’’). Detail yang dilakukan oleh Bank BRI itu sendiri sebagai berikut :

Meningkatkan portofolio porsi pinjaman up to 85%

Terkait upaya peningkatan portofolio porsi pinjaman kepada UMKM sebesar 85% oleh Bank BRI, mereka bertujuan agar dengan ditingkatkannya porsi pinjaman, maka para pelaku UMKM dapat dengan lebih mudah untuk mengembangkan sektor usaha yang mereka tekuni.

Gambar.1 Grafik Batang Porsi Pinjaman UMKM BRI



Peran OJK dalam Mendukung Inklusi dan Digitalisasi UMKM

Berdasarkan ‘‘Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022’’, direkomendasikan oleh Ahmad, Buchori, selaku pembina komite strategi dalam buku berjudul ‘‘Peran Peran OJK dalam Mendukung Integrasi dan Digitalisasi UMKM’’, OJK (Otoritas Jasa Keuangan) memiliki beberapa cara agar perekonomian para pelaku UMKM tumbuh dan berkembang.

1. Penyaluran Kredit UMKM (PERBANKAN, DIGIKU)

Penyaluran kredit nasional

OJK berupaya memantau dan mendorong sektor jasa keuangan agar dapat terus meningkatkan porsi pembiayaan kepada UMKM, dengan target 30% pada tahun 2024.

Pipa DIGIKU

Dengan dukungan DIGIKU, agen UMKM berkesempatan mendapatkan pinjaman hingga Rp 20 juta dengan jangka waktu pinjaman 12 bulan.

2. Dukungan untuk Program BBI GERNAS 2022

Melaksanakan kampanye gerakan nasional Bangga Buatan Indonesia dengan tema ‘‘UMKM Bangkit, Ekonomi Tumbuh’’ di Sumbar yang merupakan hasil kerjasama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Industri Jasa Keuangan (IJK). dilakukan sejalan dengan komitmen OJK untuk mendukung Gernas BBI melalui berbagai kegiatan pengembangan dan pemberdayaan UMKM di daerah sebagai bagian dari proses pemulihan ekonomi nasional. Rumah bagi lebih dari 500 pelaku UMKM unggulan, 5 kluster penerima KUR, 20 mitra strategis, Bank Indonesia, KNEKS dan GHH.

Dukungan Program Afirmasi dan Aksi ABBI 2022

Mendukung program aksi afirmatif

Dengan dukungan tersebut, OJK (Otoritas Jasa Keuangan) berkomitmen mendukung program Afirmasi tentang pembelian dan penggunaan produk dalam negeri sebagai bagian dari gerakan Kebanggaan Nasional Buatan Indonesia. . OJK optimis penggunaan produk dalam negeri dapat mendorong pertumbuhan industri dan perluasan lapangan kerja yang penting untuk mendongkrak PDB Indonesia. - Dukung penghargaan Proud Made in Indonesia

Atas dukungan tersebut, dari kegiatan pelatihan kepada 40 UMKM yang dilakukan di lokasi kampanye di setiap provinsi, OJK mendorong 2 UMKM asal Sumbar masuk dalam 3 nominasi nasional pertama, yaitu Rendang Unieadek (Kategori Kuliner) dan Fayari Knitting. Rumah (Direktori Kriya).

Hasil dan Pembahasan

Dari setiap data artikel yang telah dimuat pada setiap bab diatas, tentunya pemberdayaan yang dilakukan oleh seorang pemimpin sangat diperlukan. Setiap pemimpin dapat memberdayakan apabila mereka dapat menangani dan memenuhi kebutuhan setiap bawahan. Semua hal yang dilakukan tentu bukan untuk memastikan kehidupan setiap individu atas setiap kebutuhan yang didapat. Melainkan tentang kesadaran masing – masing dari setiap orang mapun lingkungan sekitar. Dikatakan menurut Linda Belton terkait GreenleafsPelayan sebagai pemimpin, ia menulis bahwa kepemimpinan seorang pemimpin akan membentuk dunia sekitar. Setiap yang ingin dilakukan, semuanya tentu harus didasarkan oleh hal yang bersifat menyatu dan berguna bagi setiap orang , atas keputusan yang dibuat. Seperti halnya di Indonesia sendiri. Era pandemi atas COVID-19 yang telah terjadi sepanjang 2 tahun belakangan ini, dimana sebanyak 6.550.448 orang terkonfirmasi virus COVID-19 dan oleh karena itu, sebesar 63,9% dari total UMKM yang ada terdampak dan mengalami penurunan omzet dengan presentase lebih dari 30%. Maka, dampak dari pandemi COVID-19 telah menyebabkan banyak pelaku UMKM yang mengalami kendala didalam melakukan pelunasan atas pinjaman serta kendala didalam pembayaran terkait tagihan listrik, gas, dan gaji untuk para pegawai. Melihat dari berbagai masalah perekonomian yang menyulitkan pelaku UMKM diseluruh Indonesia, berbagai pihak turut andil didalam meningkatkan dan mengupayakan kondisi kemajuan serta kebangkitan setiap UMKM yang ada. Seperti Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dengan strategi kontribusi terkait pembinaan kepada pelaku UMKM, pemberian fasilitas dan pemanfaatan teknologi untuk kepentingan proses produksi, dsb. Selanjutnya pihak Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan strategi kontribusi dengan cara meningkatkan jatah kredit bertambah menjadi 30% untuk setiap pelaku UMKM, kuota jumlah peminjaman modal yang bertambah dengan jangka waktu yang lebih lama.

Seperti yang tertera dalam teori kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Dimana kelima komponen kebutuhan, seperti kebutuhan fisiologis, rasa aman, rasa akan memiliki, dan kebutuhan aktualisasi diri, maka kaitannya dengan sektor perekonomian usaha kecil (UMKM) yang ada di Indonesia sendiri adalah bahwa setiap individu – individu dari pelaku UMKM yang terdampak atas pandemi COVID-19, tentunya dikarenakan presentase atas pendapatan atau hasil dari perdagangan barang maupun jasa yang menurun , maka pemenuhan kebutuhan akan kelima komponen tersebut dapat terganggu.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari seluruh data artikel diatas adalah bahwa pandemi COVID-19 sangat mempengaruhi kebutuhan kehidupan maupun kebutuhan dasar atas setiap pelaku UMKM yang ada . Berbagai pihak maupun lembaga yang ada di Indonesia yang berkaitan dengan sektor perekonomian tentu diperlukan untuk dapat melakukan terobosan atau solusi didalam meningkatkan taraf perekonomian atau pasar dari pelaku UMKM serta upaya didalam mengurangi potensi peningkatan penyebaran COVID-19. itu sendiri. Dengan tujuan agar setiap pelaku UMKM dapat memenuhi setiap kebutuhan dasar didalam kehidupan yang dilakukan serta dapat dengan mudah untuk bertransaksi secara aman dengan setiap konsumen yang ada, tanpa perlu melakukan aktifitas kontak fisik yang intens guna memutus rantai COVID-19. Selain itu, dari data yang telah dimuat dalam artikel berjudul “Usaha Kecil Pasca COVID-19 : Kebutuhan Motivasi Melalui Waktu yang Tidak Pasti”, didapat data bahwa diperlukannya peran pemimpin didalam memberikan serta memperhatikan kebutuhan pelanggan serta pegawai yang ada. Mereka hanya dapat melakukan pemberdayaan bila ikut menangani serta memenuhi

kebutuhan para pengikut mereka. Hal ini bertujuan untuk melibatkan kesadaran serta hati nurani setiap individu terhadap kondisi lingkungan sekitar mereka. Lingkungan yang satu dapat terwujud bilamana kita berperilaku dengan tujuan menyatukan. Jika kita memahami bahwa keputusan kita memengaruhi banyak orang lain, kita harus memimpin dengan cara yang mengangkat tempat dimana kita berada.

Daftar Pustaka

- Bahtiar, Rais Agil. (2021). "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Serta Solusinya". [Info Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf](https://dpr.go.id/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf) (dpr.go.id).
- BRI. (2022, Nov). "Peran Perbankan dalam Mendukung Inklusi & Digitalisasi UMKM". https://drive.google.com/file/d/1wx1L5o4sHMImFVzjg5_1O79IYivmQtAq/view?usp=share_link
- Buchori, Ahmad. (2022, Nov 8). "Peran Ojk Dalam Mendukung Inklusi Dan Digitalisasi UMKM". https://drive.google.com/file/d/10ucf3ENsSOs4dOVqihKW2RSNY2j04AaO/view?usp=share_link.
- Budiansyah, Arif. (2020). "Apa Itu Virus Corona dan Cirinya Menurut Situs WHO". <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200316135138-37-145175/apa-itu-virus-corona-dan-cirinya-menurut-situs-who>.
- Kaufman, S. (2020). *Transcend: The new science of self-actualization*. Manhattan, NY: Penguin, Random House.
- Kawalcovid19.id. "Kawal informasi seputar COVID-19 secara tepat dan akurat". <https://kawalcovid19.id/>.
- Kementrian PPN/ Bappenas, "Studi Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia". Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM. https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2020/12/BAPPENAS-Penanggulangan-Dampak-Covid-19-terhadap-UMKM-Final-v1_0.pdf
- LIPI. (2020, Nov 11). "Membangkitkan UMKM di Masa Pandemi dengan Inovasi dan Teknologi". <http://lipi.go.id/siaranpress/membangkitkan-umkm-di-masa-pandemi-dengan-inovasi-dan-teknologi/22212>.
- Maslow, A. H. (1943). "A theory of human motivation". *Psychological Review*, 50(4), 370-396. <https://psycnet.apa.org/record/1943-03751-001>
- Pakpahan, A. K. (2020). "Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah". *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 0(0):59-64. doi: <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Pengertian UMKM, Kriteria, dan Perannya dalam Ekonomi RI. (2021, April 07). <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/04/07/pengertian-umkm>.
- Powe, M., & Wagner, M. (2020). *The impact of COVID-19 on small businesses*. Main Street America. [NMSC57_MSA_COVID19IMAPCTSURVEY_F.pdf](https://higherlogicdownload.s3.amazonaws.com/NMSC57_MSA_COVID19IMAPCTSURVEY_F.pdf) (higherlogicdownload.s3.amazonaws.com).
- Rahadi, D. R., Wijonarko, Hilda, & Farid, M. M. (2022). *Kompensasi, Insentif dan Tunjangan Karyawan*. Tasikmalaya: Penerbit Lentera Ilmu Madani.
- Rahadi, D. R., Wijonarko, Hilda, & Farid, M. M. (2022). *Pengantar Manajemen Kompensasi*. Tasikmalaya: Penerbit Lentera Ilmu Madani.

Rahadi, Dedi Rianto, (2020), Konsep Penelitian Kualitatif Plus Tutorial Nvivo, PT. Filda Fikrindo, Bogor

Retaduari, Astari Elza. (2022). “2 Maret 2020, Saat Indonesia Pertama Kali Dilanda Covid-19”. Kompas.com. [2 Maret 2020, Saat Indonesia Pertama Kali Dilanda Covid-19 Halaman all - Kompas.com.](#)

Tri Atmoko, Dedi Rianto Rahadi, (2021), Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk Perumahan Pt. Mandiri Agency Pada Masa Pandemi Covid-19, Jurnal Dimensi, [Vol 10, No 1 \(2021\)](#)
