



STRATEGI *CULTURAL BRANDING* DENGAN PROTOKOL KESEHATAN PADA USAHA KULINER ERA NEW NORMAL

CULTURAL BRANDING STRATEGY WITH HEALTH PROTOCOL IN THE NEW NORMAL ERA CULINARY BUSINESS

¹⁾Inaya Sari Melati, ²⁾Ahmad Jaenudin, ³⁾Harnanik

¹²³⁾Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Kota Semarang, Indonesia

*Korespondensi : Inaya Sari Melati, inaya.sari@mail.unnes.ac.id

ABSTRAK

Pandemi covid-19 atau yang disebut virus corona berdampak besar pada berbagai sektor terutama pada bidang ekonomi dan bisnis. Berbagai sektor yang terdampak adalah sektor pariwisata, perdagangan, industri termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM menjadi salah satu sektor yang terdampak sangat signifikan. Seperti UMKM yang bergerak pada usaha kuliner. Ketakutan konsumen pada penyebaran Covid-19 yang cepat membuat konsumen lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi kebutuhan sehari-hari. Banyak UMKM kuliner yang gulung tikar karena tidak dapat membuka usahanya dimasa pandemi. Dengan banyaknya usaha yang tutup, pemerintah mengeluarkan kebijakan baru yang memaksakan kehidupan masyarakat berdampingan dengan Covid-19 yang dikenal dengan istilah New Normal. Hal ini bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup masyarakat. Kebijakan tersebut disambut positif oleh pelaku usaha terutama usaha kuliner yang mulai membuka kembali usahanya meskipun masih sedikit pelanggan yang datang. Seperti halnya Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Bina Warga Pegandon, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah yang merupakan salah satu wadah Pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan bagi warga sekitar. Selain itu, PKBM Bina Warga memiliki usaha dibidang kuliner yang diberi nama Nawa Coffee. Sama halnya dengan UMKM yang lain, Nawa Cafejuga terdampak pandemi covid-19. Selain tergolong usaha yang baru didirikan Nawa Cafejuga membutuhkan strategi promosi yang dapat meningkatkan usahanya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bermaksud untuk mencari solusi terhadap permasalahan mitra dengan menawarkan berbagai solusi seperti penerapan protokol Kesehatan sebagai cultural branding untuk menciptakan rasa aman dan nyaman bagi konsumen yang ingin menikmati kuliner Nawa Coffee.

Kata kunci: *Pandemi Covid-19, Protokol Kesehatan, Nawa Cafe*

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic or the so-called corona virus has had a major impact on various sectors, especially in the economic and business fields. Various sectors affected are tourism, trade, industry including Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The MSME sector is one of the sectors that is very significantly affected. Such as SMEs engaged in the culinary business. Consumers'

fear of the rapid spread of Covid-19 has made consumers more careful in consuming their daily needs. Many culinary SMEs have gone out of business because they cannot open their businesses during the pandemic. With many businesses closed, the government issued a new policy that forced people's lives to coexist with Covid-19, known as the New Normal. It aims to maintain the survival of the community. This policy was positively welcomed by business actors, especially culinary businesses, which have started to reopen their businesses even though there are still few customers who come. As is the case with the Community Learning Activity Center (PKBM) for the Community Development of Pegandon, Kendal Regency, Central Java, which is a place for education and training to improve skills for local residents. In addition, PKBM Bina Warga has a business in the culinary field called Nawa Coffee. Similar to other MSMEs, Nawa Cafe has also been affected by the COVID-19 pandemic. In addition to being a newly established business, Nawa Cafe also requires a promotional strategy that can increase its business. Community service activities intend to find solutions to partner problems by offering various solutions such as the implementation of Health protocols as cultural branding to create a sense of security and comfort for consumers who want to enjoy Nawa Coffee's culinary.

Keywords: Covid-19 Pandemic, Health Protocol, Nawa Cafe

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 atau yang disebut virus corona berdampak besar pada berbagai sektor terutama pada bidang ekonomi dan bisnis. Dalam waktu singkat, kegiatan perekonomian berubah drastis karena diberlakukan kegiatan pembatasan berskala besar (PSBB). Berlakunya PSBB berdampak pada perkantoran dan Sebagian industri besar dilarang beroperasi dalam kurun waktu yang relative lama sehingga menimbulkan keugian dalam bidang ekonomi, (Hadiwardoyo, 2020). Media cetak, elektronik, dan sosial dibanjiri dengan banyak nasehat yang dikeluarkan oleh pemerintah dan lembaga nasional dan internasional lainnya yang menangani urusan yang berhubungan dengan Kesehatan, (Kumar & Somani, 2020). Corona virus disease 2019 (Covid-19) merupakan jenis virus yang pertama kali ditemukan diwilayah Wuhan, Tiongkok pada Desember 2019, (Prakoso, 2020). Virus ini menyebar sangat cepat ke seluruh penjuru dunia tak terkecuali negara Indonesia.

Sektor pariwisata, perdagangan, industri termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak sangat signifikan akibat pandemi covid-19. Berdasarkan laporan *Organisation for Economic Cooperation Development* (OECD), pandemi berpengaruh pada sisi penawaran an permintaan dimana perusahaan mengurangi pasokan bahan baku, tenaga kerja dan rantai pasokan yang mengalami kendala. Pada sisi permintaan yaitu kurangnya serta menurunnya permintaan dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk (Hardilawati, 2020). Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) Ikhsan Ingrabatun memperkirakan omset UMKM di sektor non kuliner turun 30-35% sejak Covid-19 penyebabnya adalah penjual yang hanya mengandalkan tatap muka atau pertemuan antara penjual dan pembeli secara fisik. meskipun dampak dari Covid-19 ini sangat dirasakan berbagai sektor industri namun tidak berarti pelaku UMKM harus berhenti dalam menjalankan usahanya, (Susanti et al., 2021). Gejala ekonomi yang begitu besar membuat beberapa ahli menyebutkan bahwa UMKM dinilai mampu menghadapi perlambatan ekonomi terkait dengan kondisi terkini.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah pelaku UMKM dapat melakukan strategi pemasaran yang tadinya bersifat konvensional atau secara langsung, dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi dengan *online promotion*. Namun, terdapat beberapa UMKM yang kesulitan dalam melakukan promosi dimasa pandemi seperti kuliner dan wisata, dimana biasanya konsumen

memilih untuk langsung datang dan berdiskusi santai. Pada masa pandemi ini terdapat berbagai hal yang dapat dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan dan ketidakkhawatiran konsumen untuk mengunjungi tempat wisata atau tempat kuliner. Penerapan protokol Kesehatan pada tempat wisata maupun kuliner sangatlah penting. Dengan penerapan protokol Kesehatan yang baik akan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga tidak perlu khawatir untuk datang ke tempat wisata yang dituju.

Seperti halnya Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Bina Warga Pegandon, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah yang merupakan salah satu wadah Pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan bagi warga sekitar. Pada bulan Agustus 2020 PKBM Bina Warga membuka usaha baru dengan *launching* Nawa Cafesebagai bentuk wadah yang kerap jadi tempat magang bagi peserta pelatihan kecakapan wirausaha barista, dan menjual jajanan yang dibuat oleh PKBM. Manfaat dengan berdirinya Nawa Cafedapat menjadi pembuka lapangan pekerjaan dan membuka peluang bagi UMKM sekitar untuk menjual produknya. Penerapan protokol Kesehatan yang tepat dan ketat akan memberikan rasa nyaman bagi pengunjung dan tidak merasa khawatir menikmati sajian kuliner di Nawa Coffé. Protokol Kesehatan sebagai penanggulangan penyebaran virus terdiri dari fase pencegahan, fase deteksi dan fase respon. Peran dari masyarakat dalam setiap fase sangat dibutuhkan untuk menghindari terjadinya penularan yang lebih banyak (Mardhia et al., 2020). Upaya yang dapat dilakukan pada fase pencegahan oleh setiap individu antara lain: Memakai masker, Memakai sarung tangan, Menggunakan hand sanitizer/desinfektan, Mencuci tangan dengan sabun, Menghindari menyentuh wajah, Menghindari berjabat tangan, Menghindari pertemuan atau antrian Panjang, Menghindari menyentuh benda/permukaan benda di area publik, Menghindari naik transportasi umum, Menjaga jarak setidaknya dua meter dari orang lain ketika di luar rumah, dan Jika menunjukkan gejala penyakit segera memberi tahu orang-orang di sekitar (Kemenkes RI, 2020).

Penerapan protokol Kesehatan dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif selain melalui *online*. Keamanan dan kenyamanan konsumen dimasa pandemi covid-19 menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Protokol Kesehatan dapat menjadi *cultural branding* pada Nawa Cafesebagai usaha untuk pemberian identitas atau merek sesuai dengan keadaan yang dapat menjadi sebuah budaya, kebiasaan di lokasi dan daerah sekitarnya. Selain itu, penerapan protokol Kesehatan tidak hanya digunakan pada masa pandemi saja, namun digunakan berkelanjutan pasca pandemi dengan memiliki kebiasaan baru atau dikenal dengan istilah new normal. Berbagai pandangan terkait dengan new normal yang merupakan paradigma hidup baru dengan berdampingan dengan covid-19 yaitu hidup sesuai dengan protokol Kesehatan, seperti menjaga pola hidup sehat, bersih dan menggunakan masker (Kumala & Junaidi, 2020). Era New Normal ini memberikan peluang dan tantangan bagi pelaku UMKM untuk kembali membangun usahanya yang sempat terpuruk, (Rulandari et al., 2020).

Berdasarkan hasil observasi, ditemukan permasalahan yang dihadapi oleh Nawa Cafeyang merupakan salah satu usaha dari Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Bina Warga Pegandon, Kendal secara umum adalah (1) Perlunya penggunaan media dalam promosi produk, (2) perlunya pendampingan dalam upaya meningkatkan kualitas Pendidikan dan pelatihan 3) Perlunya identitas branding sebagai daya Tarik dari usaha yang dijalankan 4) Kurangnya kkesadaran dalam menerapkan protokol kesehatan. Dari analisis situasi dan beberapa permasalahan, maka perlu dilakukan sebuah kegiatan pengabdian yang berjudul “Strategi *Cultural Branding* dengan Pengenalan Protokol Kesehatan untuk Usaha Kuliner Kabupaten Kendal di Era New Normal”. Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen untuk mengunjungi Nawa Coffee. Selain itu, kegiatan ini memberikan edukasi tentang pentingnya penerapan protokol Kesehatan sebagai upaya pencegahan

Covid-19 dan memberikan sosialisasi dan seminar kepada PKBM Bina Warga tentang strategi pemasaran di Era New Normal.

Berdasarkan identifikasi di atas, dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana Strategi *Cultural Branding* dengan Pengenalan Protokol Kesehatan untuk Usaha Kuliner Kabupaten Kendal di Era New Normal?
2. Bagaimana kontribusi yang ditimbulkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini untuk meningkatkan promosi?

Adapun tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan pemahaman tentang pentingnya penerapan protokol Kesehatan untuk pencegahan covid-19 sehingga menimbulkan rasa nyaman dan aman di lingkungan PKBM Bina Warga.
2. Memberikan kontribusi positif untuk peningkatan promosi produk yang dihasilkan oleh PKBM Bina Warga melalui Nawa Coffe.

Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat kepada PKBM Bina Warga Pegandon Kendal untuk meningkatkan pemahaman dan pentingnya penerapan protokol Kesehatan sebagai salah satu bentuk promosi di masa pandemi Covid-19. Selain itu, pentingnya strategi yang efektif untuk memperkenalkan produk-produk secara luas kepada khalayak untuk meningkatkan usaha yang dijalankan. Selanjutnya kegiatan ini memberikan penguatan kepada para tutor pada PKBM Bina Warga sebagai upaya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam Pendidikan dan pelatihan peserta didik untuk menjadi tenaga yang professional dan kompeten dibidangnya.

METODE

Metode yang dilaksanakan pada pengabdian ini dengan mengungkap permasalahan dari mitra. Permasalahan yang dihadapi oleh PKBM Bina Warga Pegandon Kendal adalah kesulitan untuk menggunakan media promosi yang efektif dan efisien di era New Normal, serta kurangnya kesadaran dalam penerapan protokol Kesehatan. Kegiatan pengabdian ini memberikan berbagai solusi dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan memberikan pendampingan kepada PKBM Bina Warga untuk mengembangkan usaha di era new normal pada Nawa Café sebagai salah satu jenis usaha dibidang kuliner. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode pendampingan berkelanjutan baik dengan metode ceramah tanya jawab, diskusi, serta memberikan sebuah simulasi. Pengabdian dan mitra merumuskan permasalahan prioritas yang telah disepakati, serta menentukan solusi yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini merupakan solusi terhadap permasalahan mitra yaitu PKBM Bina Warga Pegandon Kabupaten Kendal. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya memberikan sosialisasi penerapan protokol Kesehatan dan bagaimana memasarkan produk Nawa Cafedi era New Normal sehingga dapat diterima lebih luas dari berbagai daerah. Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan di atas, solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut.

1. Pengenalan variasi media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi produk Nawa Cafe
2. Sosialisasi pentingnya penerapan protokol Kesehatan pada usaha kuliner dimasa pandemi dan pasca pandemi.
3. Memaksimalkan penggunaan fasilitas yang dapat menunjang penerapan protokol Kesehatan, sebagai cultural branding nawa coffee.

4. Memberikan penguatan bagi tentor dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan terhadap Pendidikan dan pelatihan peserta didik dibawah naungan PKBM Bina Warga.

Kegiatan pengabdian ini sebagai salah satu upaya untuk membangkitkan usaha yang dirintis oleh PKBM Bina Warga yaitu Naw Coffee. Penerapan protokol Kesehatan dapat memberikan rasa nyaman dan aman bagi penunjang atau konsumen yang akan menikmati produk nawa coffee. Selain itu, kegiatan pengabdian ini dapat memberikan dorongan kepada PKBM Bina Warga untuk menciptakan generasi muda yang memiliki keterampilan yang mampu bersaing dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Selanjutnya, kegiatan pengabdian sebagai stimulus bagi PKBM Bina Warga untuk mendirikan jenis usaha yang lain yang dapat menghidupkan UMKM di wilayah sekitar. Dengan demikian PKBM Bina Warga sebagai Lembaga Pendidikan pelatihan untuk menciptakan generasi muda yang memiliki keterampilan juga sebagai inisiator terciptanya lapangan kerja dan usaha baru sebagai penopang perekonomian warga Pegandon Kabupaten Kendal Provinsi Jawa Tengah.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di tujukan pada PKBM Bina Warga Kendal. Pengabdian ini dimaksudkan untuk meningkatkan literasi Kesehatan di masa Pandemi Coviid-19 yaitu melalui penerapan protokol Kesehatan sebagai strategi *cultural branding* bagi UMKM khususnya di PKBM Bina Warga Kendal.

Adapun kegiatan, tujuan dan hasil yang direncanakan adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Tujuan dan Hasil Perencanaan Pengabdian

Langkah	Kegiatan	Tujuan	Hasil
1	Koordinasi dengan PKBM Bina Warga Pegandon Kendal	Memberikan persamaan persepsi tujuan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan Tim Pengabdian	a. Pemetaan prioritas permasalahan yang dihadapi mitra dalam meningkatkan pentingnya penerapan protokol Kesehatan dan memilih media yang efektif untuk promosi b. Menentukan alternatif pemecahan masalah
2	Koordinasi Tim Pengabdian Kepada Masyarakat	a. Melakukan pemetaan prioritas permasalahan b. Memilih alternatif permasalahan	a. Membentuk kerangka pemecahan masalah b. Langkah-langkah pemberdayaan keterampilan
3	Koordinasi dengan Ketua PKBM Bina Warga Pegandon Kendal	Menentukan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat	Penentuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat
4	Pelaksanaan Pemberdayaan Keterampilan	a. Meningkatkan Pemahaman penerapann protokol Kesehatan pada usaha kuliner di Nawa Cafe b. transfer pengetahuan, sosialisasi, diskusi, pelatihan dan dilakukan pendampingan promosi produk	Protokol Kesehatan menjadi sebuah kebiasaan dan menjadi <i>cultural branding</i> pada Nawa Cafe
5	Monitoring dan Pendampingan	Kegiatan ini dilakukan guna mengawasi keberlanjutan program pengabdian dalam penerapan protokol Kesehatan dan memiliki media promosi yang efektif di era new normal	PKBM Bina Warga melalui Nawa Cafetelah menerapkan protokole Kesehatan yang baik dan memiliki media promosi yang efektif serat diterima dikhalayak umum.

6	Evaluasi Kegiatan Pengabdian	a. Melakukan evaluasi kegiatan mulai dari awal sampai akhir b. Rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya	a. Penilaian kegiatan apakah sudah sesuai tujuan atau belum b. Menentukan rekomendasi untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.
----------	------------------------------	--	---

Penerapan protokol Kesehatan sebagai *cultural branding* adalah salah satu solusi yang tepat bagi UMKM dalam menjalankan usahanya. Tujuannya adalah konsumen tidak ragu untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti berbelanja kebutuhan pokok dan memenuhi kebutuhan. Seperti halnya penerapan protokol Kesehatan di UMKM Nawa Café yang menerapkan protokol Kesehatan yang ketat akan membuat pelanggan atau konsumen tidak khawatir dalam menikmati produk yang ditawarkan oleh Nawa Café. Untuk itu, kegiatan pengabdian ini sangat berguna dan bermanfaat bagi Nawa Café sebagai aslah satu UMKM Binaan PKBM Bina Warga Kendal.

Kegitan pengabdian ini dilakukan secara langsung atau luring dengan menerapkan protokol Kesehatan yang ketat. Pengabdian dilaksanakan pada salah satu UMKM binaan PKBM Bina Warga Kendal yaitu Nawa Café yang beralamat di Pegandon, Kendal, Jawa Tengah. Dengan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di masa pandemi, tim pengabdian yang merupakan Dosen Pendidikan Ekonomi Univeritas Negeri Semarang memberikan strategi untuk tetap *survive* di masa pandemi.



Gambar 2. Tim Pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat ini mengundang narasumber Bapak Sukamto Adi. Narasumber ini diambil karena selain sebagai praktisi marketing dan juga karena beliau mengetahui bagaimana strategi marketing utamanya tentang marketplace. Selama pelatihan

peserta sangat antusias dan aktif merespon materi pelatihan. Peserta memperhatikan dan menyimak materi pelatihan yang disajikan. Mereka aktif dalam diskusi melalui berbagai pertanyaan dan tanggapan atas materi pelatihan. Peserta mulai tertarik dengan bagaimana usaha dalam memasuki marketplace karena dianggap merupakan strategi yang kekinian. Kemudian dilanjutkan oleh narasumber yang merupakan ketua pengabdian yang memberikan materi terkait dengan Penerapan Protoko Kesehatan sebagai Cultural Branding dimasa pandemi covid-19.

Sebelum melakukan kegiatan, narasumber memperkenalkan diri terlebih dahulu kemudian mencoba menggali pengetahuan tentang literasi digital dan penulisan artikel ilmiah. Pemateri mengajukan beberapa pertanyaan mengenai Strategi bertahan UMKM di masa Pandemi, dan menjelaskan arti pentingnya Penerapan Protokol Kesehatan di UMKM. Setelah pemateri menggali pengetahuan, kemudian pemateri mulai memaparkan materi tentang penerapan protokol Kesehatan sebagai cultural branding dan staretgi bertahan di masa pandemi. Selama kegiatan pelatihan berlangsung masih ada beberapa peserta yang belum menguasai teknologi secara lancar sehingga diperlukan bimbingan dan perlahan. Kegiatan pemberian materi berlangsung selama kurang lebih 120 menit dengan peserta yang sangat antusias.

SIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat mengenai penerapan protokol Kesehatan sebagai cultural branding pada UMKM yaitu sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam memberikan penguatan pada penerapan protokol Kesehatan sebagai cultural branding pada UMKM telah terlaksana dengan baik.
2. Kegiatan pengabdian kepada mendapatkan respon yang sangat baik pada PKBM Bina Warga Kendal
3. Pelaksanaan pengabdian didapatkan peserta dapat meningkatkan pemahaman tentang penting penerapaan protokol Kesehatan yang dapat dijadikan cultural branding sebagai promosi yang menawarkan kenyamanan dan keamanan pelanggan dimasa pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Kemendes RI. (2020). “Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID-19). *Germas*, 0–115.
- Kumala, R., & Junaidi, A. (2020). Strategi Bisnis Dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 Dan Era New Normal (Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace). *Prosiding Seminar Stiarni*, 7(2), 98–103.
- Kumar, A., & Somani, A. (2020). Dealing with Corona virus anxiety and OCD. *Asian Journal of Psychiatry*, 51, 102053. <https://doi.org/10.1016/j.ajp.2020.102053>
- Mardhia, D., Kautsari, N., Syaputra, L. I., Ramdhani, W., & Rasiardhi, C. O. (2020). Penerapan Protokol Kesehatan Dan Dampak Covid-19 Terhadap Harga Komoditas Perikanan Dan Aktivitas Penangkapan. *Indonesian Journal of Applied Science and Technology*, 1(9), 80–87.
- Prakoso, F. A. (2020). Dampak Coronavirus Disease (Covid-19) Terhadap Industri Food & Beverages. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 33(2), 1–6.

- Rulandari, N., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiarni*, 7(2), 21–28.
- Susanti, N., Mukhlis, Irawati, T. W., Wahyu, V., Nugraha, N. M., Sumantri, M. B. A., & Supardi. (2021). *How To Upgrade Your Business Facing The Pandemic Covid-19 (Mengubah Petaka Menjadi Peluang) Pada Umkm Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat*. 3(2), 124–129. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/j.pdl.v3i2.8801>