STRATEGI PEMULIHAN PEREKONOMIAN UMKM PASCA PANDEMI DI INDONESIA

ST Rohimatul Fajariyah M (220321100060)

strohimatulfajatiyah@gmail.com

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura

Bab 1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pemulihan Perekonomian Nasional merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan pemerintah guna mempertahankan, melindungi, dan dapat meningkatkan perekonomian para pelaku bisnis dalam bidang keuangan pada saat melakukan usaha atau bisnis selama pandemi. Kebijakan pemulihan perekonomian nasional yang dilakukan oleh pemerintah dihimbau untuk dapat meringankan beban bidang yang terdampak Covid-19. (Marlinah. Lilih, 2021). Menurut (Saputra and Ali, 2022) Pemulihan perekonomian dan ketahanan nasional merupakan susunan acara dengan tujuan untuk meminimalkan efek Covid-19 terhadap bidang ekonomi. Selain untuk membantu mengatasi masalah kesehatan, pihak pemerintah juga melakukan berbagai cara terhadap pemulihan ekonomi dan juga ketahanan nasional untuk bentuk respon terhadap berkurangnya aktivitas masyarakat dan berdampak pada perekonomian khususnya UMKM.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah contoh bentuk sektor perekonomian yang ada di Indonesia dan langsung bersentuhan para perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat dengan skala perekonomia menengah sampai bawah. Dan adanya pandemi Covid-19 kemarin membuat masyarakat menyadari bahwa UMKM termasuk salah satu cara yang harus dikembangkan untuk digunakan dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari karena tidak ada keterlibatan sektor industri maupun luar negeri. (Adnyani and Agustini, 2020). UMKM di Indonesia mengalami perkembangan yang cepat setiap tahunnya, peningkatan UMKM yang tetap dalam jumlah unit, penyediakan lapangan pekerjaan, dan juga adanya output yang dihasilkan. (Lubis *et al.*, 2023). Dapat dilihat besarnya pengaruh UMKM pada sektor ekonomi, bisa memulihkan perekonomian negara dan dapat dilalui dengan pemulihan UMKM. Dan ini tidak terlepas dari peran pemerintah dan tentunya sampai pihak UMKM itu sendiri. (Anggareni, 2021). Menurut (Student *et al.*, 2021) UMKM adalah sektor kunci yang berperan sangat penting pada negara yang saat ini masih berkembang. Hal ini dapat terjadi karena UMKM memberikan kontribusi terhadap penyediaan lapangan pekerjaan melakui

inovasi dan kreativitas yang dimiliki. UMKM akan selalu menjadi ujung tombak dalam mempertahankan prekonomian, artinya adalah pihak UMKM akan secara langsung mendorong para pekerja untuk memaksimalkan pendapatan NKRI. (Darnus, 2021)

Covid-19 muncul pertama kali ditemukan di Wuhan, Cina, pada saat akhir Desember 2019. Pandemi Covid-19, telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan tujuan untuk mengurangi semua kegiatan yan dilakukan oleh masyarakat dan agar penyebaran virus bisa dikendalikan dengan syarat jika ada kepentingan yang mendesak dapat melakukan kegiatan urusan tetapi harus sesuai dan tetap patuh terhadap protokol yang sudah ditentukan. (Assa, Tampi and Mangindaan, 2023). Pandemi telah memberikan dampak terhadap bidang ekonomi. Salah satu dampak negatif perekonomian khususnya di Indonesia yaitu berdasarkan data terdapat dua elemen yaitu permasalahan tentang Covid-19 kepada pelaku UMKM di sektor kuliner dan juga pada SDM dan juga Produk Barang dan Jasa. (Jufra, 2020)

Pandemi Covid-19 sudah memberikan pengaruh pada banyak bidang, sehingga tidak hanya sektor kesehatan, kehidupan sosial dan perekonomian di Indonesia bahkan dunia berhenti untuk sementara. WHO mencatat ada 8.242.999 kasus diseluruh dunia dan data kematian mencapai 445.535 pada juni 2022. Dan jumlah ini cenderung terus bertambah. (Kasna, 2021). Kondisi ekonomi dunia setelah pandemi masih terus menjadi pertanyaan besar dari berbagai pihak. Kekhawatiran terhadap lamanya pemulihan perekonomian karena pandemi Covid-19, masih membayang-banyangi para pelaku usaha dan pemerintah diberbagai negara. (Suliswati and Razi, 2020)

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana upaya pemerintah dalam melakukan pemulihan perekonomian UMKM di Indonesia setelah pandemi ?
2. Bagaimana upaya para pelaku usaha UMKM dalam melakukan pemulihan perekonomian dan mempertahanan usahanya ?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh pemerintah dan pelaku usaha UMKM dalam pemulihan perekonomian setelah Covid-19 ?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui bagaimana upaya pemerintah dalam melakukan pemulihan perekonomian di Indonesia setelah pandemi

2. Mengetahui upaya para pelaku usaha UMKM dalam melakukan pemulihan perekonomian dan mempertahanan usahanya
3. Mengetahui strategi yang dilakukan oleh pemerintah dan pelaku usaha UMKM dalam pemulihan perekonomian setelah Covid-19

Bab 2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori yang Relevan

Menurut (Ali, 2020) ada teori 5P dari Henri Mirtberg yang menjelaskan tentang cara yang benar untuk menyelamatkan bisnis akibat dari Covid-19 yaitu :

1. Strategi sebagai rencana (Plan), Perencanaan merupakan ide atau pemikiran yang disiapkan secara rinci tentang perilaku seseorang untuk mencapai suatu tujuan. Rencana tersebut dirangkai berdasarkan pertimbangan tentang peluang dan permasalahan pada saat ini maupun waktu yang akan datang, dan memeberikan beberapa cara yang bisa dilakukan. Dalam ini memberikan kejelasan tentag apa yang garus mereka lakukan untuk berkontribusi.
2. Strategi sebagai cara (Ploy), strategi ini lakukan guna mengecoh pesaing.
3. Strategi sebagai pola (Pattern), melihat bagaimana susunan perilaku yang dilakukan agar mencapai tujuan.
4. Strategi sebagai posisi (Position), adalah bagaimana cara perusahaan menempatkan posisinya dipasar. Posisi yang dimaksud seperti produk, merek, citra, dan lainya.
5. Strategi sebagai perspektif (Perspective), yaitu bagaimana perusahaan atau pelaku usaha tersebut memandang dan menilai dirinya sendiri tentang posisis yang dipilih dan pandangan lainnya yang lebih besar.

Strategi sebagai posisi, posisi perusahaan atau pelaku ekonomi selama pandemi maupun saat sudah pandemi yaitu dengan melakukan kegiatan pengembangan dan melakukan strategi pemasaran yang benar untuk memenuhi target pada penjualan dan produktivitas menjadi baik. Perencanaan dan pengambangan suatu produk yaitu dengan harga yang dapat dijangkau dan bisa menarik dan tumbuh minat konsumen. Penentuan saluran distribusi dan posisi yang benar adalah cara yang dilakukan untuk dapat mengungguli pesaing.

Strategi sebagai rencana, rencana yang tepat dalam bisnis UMKM untuk membangkitkan pada saat pandemi yaitu dengan adanya sumber daya yang ada dan tersedia secara cepat. Membangun komuikasi yang baik dengan pelangan juga termasuk salah satu

strategi yang dapat dilakukan, adanya fasiltas yang mendukung dan pemanfaatan teknologi, dan memberikan akses serta pelayanan kepada pelaggan juga harus menjadinfokus utama dalam perencanaan bisnis UMKM.

Strategi sebagai perspektif, yaitu bagaimana gambaran UMKM mulai dari segi identitas dan juga budaya organisasi dan pengaruhnya pada kinerja usaha. Identitas tinggi dari perusahaan dapat menaikkan kinerja usaha dan juga bertanggung jawab terhadap kesuksesan dan keberhasilan berkembang tidaknya perusahaan yang sedang dijalankan. upaya dalam menjalankan budaya organisasi bisnis juga harus memiliki keterlibatan, misi, dan juga konsistensi pada saat menjalankan usahanya. Pelaku usaha melihat pendemi Covid-19 sebagai salah satu tantangan dan juga peluang dalam mengambangkan usahanya.

Strategi sebagai cara, pelaku UMKM melakukan kegiatan usaha baru sebagai cara dalam merespon pandemi Covid-19 dengan banyak cara. Misalnya, startegi penjualan dengan diantar ke alamat pelanaggan, melakukan diversifikasi produk agar dapat mempertahankan usahanya, dan pelaku UMKM juga harus melakukan perubahan baru pada kemasannya.

Strategi sebagai pola, pelaku UMKM diharuskan untuk memiliki absorptive capacity untuk memperoleh informasi sebanyak-banyaknya tentang pandemi Covid-19. Tentang perilaku konsumen, perilaku usaha dan juga kebijakan dari pemerintah sehingga paa pelaku usaha mempersiapkan diri untuk melanjutkan usahanya.

2.2 Konsep-Konsep Pemikiran

Kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam perekonomian bisa dimulai menggunakan berbagai cara. Salah satunya yaitu dengan memberdayakan UMKM yang sudah ada di beberapa daerah di Indonesia. UMKM adalah bentuk dari bidang ekonomi kerakyatan yang dapat dijalankan dengan prinsip-prinsip bidang Ekonomi Kerakyatan dalam melakukan kegiatan ekonominya. Dari banyaknya UMKM di Indonesia sebagian besar UMKM mengelola SDA lokal yang memiliki potensi untuk meningkatkan memakmuran dan kesejahteraan hidup masyarakat. Dengan melihat kegiatan para pelaku UMKM maka pemahaman tentang konsep sistem Ekonomi mulai dijalnkan, sehingga para pelaku UMKM akan terus berkembang dan maju untuk memberikan kontribusi pada oeninggkatan perekonomian nasional. (Styaningrum, 2021)

2.3 Variabel dan Indikator yang dibahas

Berbagai negara telah mengadopi program bauran yang bertujuan untuk membantu menyelamatkan sektor UMKM sesuai dengan data OECD (2020). Pertama, yaitu dengan memberikan bantuan subsidi gaji kepada pelaku UMKM yang tidak dapat membayar gaji karyawannya. Kedua, memberikan dorongan untuk pelaku UMKM dalam pengembangan inovasi atau perubahan wiraswasta agar dapat memberikan pekerjaan kepada para tenaga kerja yang sedang menganggur. Ketiga, memberikan syarat penangguhan kewajiban UMKM baik itu kawahiban pajak dan kewajiban pinjaman usaha. Keempat, memberikan pinjaman modal kepada para pelaku usaha agar dapat digunakan sebagai modal dan untuk mempertahankan bisnisnya. Kelima, mengajarkan dan mendorong para pelaku UMKM untuk melakukan digitalisasi agar usahanya dapat terus berjalan dalam kondisi terdapat pembatas pergerakan masyarakat.

Pada saat pandemi ada sebagian negara yang membrikan supsidi gaji pada UMKM yang tidak bisa membayar gaji karyawannya yaitu: Jepang, Singapura, Turki, Korea Selatan, Cina, Amerika Serikat, Inggris, Belanda, Italia, dan Australia. Adapun sebagian negara yang mendorong berkembangnya inovasi wiraswasta agar bisa menyerap para pekerja yang sedang menganggur yaitu: Belanda, Australia, Inggris, Amerika Serikat, Korea Selatan, dan Italia. Beberapa negara yang memberikan penyelesaian kewajiban UMKM baik itu kewajiban perpajakan maupun pinjaman usaha yaitu: Belanda (PPh), Cina (PPN), Jepang (PPN), Singapura (PPN), Turki (PPN), dan AS (PPh). Adapun negara yang memberikan pinjaman kepada para pelaku usaha UMKM sebagai modal dan juga untuk mempertahankan bisnis diantaranya: Cina, Arab Saudi, Turki, Italia, Korsel, Belanda, Malaysia, Inggris, dan Australia. Dan negara yang mendorong adanya digitalisasi usaha UMKM agar bisnisnya tetap berjalan dalam kondisi terjadi PSBB masyarakat yaitu: Cina, Jepang, Korsel, Italia, dan Malaysia. (Edy Sutrisno, 2021)

2.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Pendemi covid-19 menyebabkan kekacauan dan aktivitas perekonomian terganggu. Banyaknya sektor perekonomian khususnya UMKM terdampak sehingga terpaksa harus berhenti beroperasi untu sementara waktu. Padahal untuk kebutuhan sehari-hari konsumen harus scara langsung bertemu untuk mendapatkan barang atau jasa. Hal ini sangat jelas terjadi perubahan gaya hidup masyarakat mengingat Covid-19 sedang marak. Covid-19 memaksa syarakat untuk dapat bekerja dari rumah (stay at home), dan juga melakukan kegiatan belajar mengajar dengan daring (dalam jaringan). Adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)

mengakibatkan merosotnya jumlah kegiatan produksi. Kepanikan akibat pandemi Covid-19 juga sampai pada pasar keuangan. Penyebaran Covid-19 mulai januari-April 2020 sudah mencapai capital outflow yang berjumlah Rp159,3 triliun, sebagian besar dari jumlah itu merupakan Surat Berharga Negara (SBN) yang mencapau Rp143,5 triliun (91%), saham Rp11,8 triliun (7,4%), SBI Rp 3,3 triliun (2,1%), dan obligasi korporosi Rp0,6 triliun (0,4%). (Ridha, 2021)

Bab 3. Pendekatan atau Metode

Pendekatan atau metode yang dilakukan untuk mendapatkan informasi ini yaitu dengan meggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data yang kemudian dibaca dan ditarik kesimpulannya, dan juga mencatat informasi-informasi penting dan relevan untuk dapat dikembangkan melalui tulisan ini. Dan juga menggunakan pendekatan literatur dengan me-review jurnal-jurnal. Dalam pengambilan data ini tidak turun langsung ke lapang tetapi hanya menggunakan media internet untuk mencari informasi terdahulu dan terbaru tetang UMKM dan pandemi Covid-19.

Bab 4. Pembahasan

Pansemi Covid-19 memberikan berbagai efek yang juga memukul pihak swasta sedemikian rupa sehingga menyebabkan banyak usaha mengalami kerugian, karena melemahnya aktifitas perekonomian. Peran pemerintah dalam membangun kembali perekonomian pasca Covid-19 di Indonesia yaitu dengan upaya-upaya yang dapat mendorong pemerataan yang merupakan bagian dari susunan pembangunan yang terencana. (Nuralia and Andrianto, 2021). Pemerintah berperan dalam memberikan peraturan aktivitas perekonomian untuk menjaga kestabilan dan juga kesejahteraan masyarakat bisa terjaga sehingga tingkat kemiskinan dan pengangguran dapat diatasi. Kesejahteraan masyarakat diberbagai sektor khususnya sektor perekonomian merupakan tanggung jawab pemerintah. Tanggung jawab tersebut bisa digambarkan dengan intervensi ekonomi penurunan dan pertumbuhan perekonomian akibat dampak dari pandemi Covid-19. (Masruroh, Andrean and Arifah, 2021)

Peran pemerintah berdampak positif pada pemberdayaan UKM. Sebagian besar dampak positif dari peran pemerintah yaitu terhadap pemulihan UMKM Kali Lima pasca pandemi. Pengaruh peran pemerintah terhadap pemulihan UMKM diterima oleh masyarakat karena berdampak positif. Artinya semakin baik dan tepat peran pemeritah terhadap UMKM, maka UMKM akan semakin efisien, cepat, dan maksimal. Hal ini dapat penyebabkan pemulihan UMKM mengalami peningkatan. (Covid-, 2023). Peran pemerintah sangat penting

untuk di optimalkan untuk kemajuan perekonomian di Indonesia khususnya UMKM, bukan hanya fasilitas yang bagus untuk dijadikan perantara usaha tetapi juga perihal perijinan usaha UMKM dipermudah dan hal ini akan mendukung perbaikan perekonomian yang ada di Indonesia. (MUBAROK and SUSANTI, 2021). Contoh peran pemerintah yang mengoptimalkan permasalahan yangadialami oleh para pelaku usaha yaitu pemerintah turut berupaya untuk dapat meningkatlan roda perekonomian yang terdampak pandemi Covid-19. (Widya *et al.*, no date)

Para pelaku UMKM dapat melakukan perdagangan secara elektronik atau e-commerce sebagai salah satu alternatif atau solusi yang dapat dilakukan untuk tepa bisa memasarkan produk dan jasa ditengah adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan masyarakat mengurangi aktivitas diluar atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan dianjurkan untuk tetap dirumah saja. (Marlinah, 2020). Pemanfaatan media pemasan secara digital mebawa pengaruh yang baik terhadap pelaku usaha UMKM. maka dari itu penguasaan terhadap pemasaran digital bagi para pelaku UMKM sangat penting untuk dapat bersaing di masa pandemi, sehingga para pelaku usaha UMKM dapat membuat produk yang berkualitas, dan juga mengemas produnya semenarik mungkin agar dapat menarik pelanggan untuk membeli dan mencoba produk yang dipasarkan. (Muchtar and Arlita, 2022). Maka dari itu dengna adanya strategi shifting atau perubahan strategi bisnis diharapkan para pelaku usaha UMKM segera bangkit dari keterpurukan dan represi ekonomi dalam skala domestik, regional, maupun global. Para pelaku UMKM semakin cepat beradaptasi dan terbiasa dengan masalah baru yang belum pernah terjadi selama ini. (Kasna, 2021)

Ada berbagai strategi dan cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk tetap bertahan di era pandemi Covid-19 yaitu dengan melaukan perdagangan online atau secara e-commerce, dengan melakukan promosi dengan digital, dan juga menjalin hubungan pemasaran dengan pelanggan. (Fadilah *et al.*, 2020). Sedangkan menurut (Lubis, 2022) Strategi yang dapat dilakukan untuk pemulihan perekonomian UMKM yaitu dengan melalui peningkatan kuliatas SDM para pelaku UMKM. Mengakuti perkembangan teknologi dan juga menanfaatkannya dengan baik merupakan upaya untuk meningkatkan pemasaran usaha, seperti memanfatkan Instagram, Facebook, Twitter, dan juga memberikan pelayanan antar ke alamat konsumen akibat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Membuat inovasi bisnis dengan merubah menjadi bentuk digital marketing. (Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, 2021). Pada saat pembuatan konten para pelaku UMKM harus mampu membuat konten yang menarik, unik, dan sesuai target. Dan hal penting yang juga harus ada dalam

konten yaitu hal-hal yang sedang populer dan ini dapat meningkatkan ketertarikan konsumen pada konten yang kita buat. (Endah Marendah, 2020). Pelaku usaha UMKM perlu melakukan perubahan atau inovasi tentang pemasaran produk. Dalam pemasaran produk ini perlu adanya branding. Dengan adanya branding ini mka produk mampu bersaing dalam pemasaran dan mendapatkan konsumen yang banyak. (Atmojo and Pratiwi, 2022). Strategi pemasaran dilakukan sesuai dengan perubahan lingkungan dan situasi yang sedang dihadapi dari pesaing lainnya. Strategi pemasaran dapat merujuk pada strategi khusus tentang pasar, sasaran, posisi, bauran, dan peningkatan periklanan pemasaran dalam keuntungan agresif. (Triwahono *et al.*, 2023)

Strategi lain yang dapat digunakan dan dilakukan oleh pelaku UMKM yaitu strategi bertahan hal ini perlu diterapkan guna menghadapi keadaan pasca pandemi. Strategi ini digunakan untuk memperoleh tujuan yang ingin dicapai dan untuk memecahan masalah yang sedang dihadapi. (Rizky and Permana, 2022). Bisnis dari para pelaku UMKM yang sedang dijalani mungkin sudah memiiki produk dengan ciri khas dan layaanan yang baik serta memiliki konsumen yang signifikan. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan penambahan produk baru dan berbeda dari sebelumnya. Carai ini dapat dilakukan untuk memberikan gambaran yang baru kepada konsumen dan belum pernah ada sebelumnya. (Rustandi, Harniati and Kusnadi, 2020)

Kesimpulan

Covid-19 ada dan muncul pertama kali ditemukan di Wuhan, Cina, sekitar akhir bulan Desember akhir 2019. Adanya Covid-19 menyebabkan pengaruh terhadap perekonomian di Indonesia khususnya UMKM. Banyak UMKM di Indonesia yang terdampak karena adanya pandemi ini. Oleh karena itu diperlukan adanya upaya dan juga dukungan dari berbagai pihak lain mulai dari pemerintah bahkan para pelaku UMKM untuk dapat memulihkan kembali perekonomian yang ada di Indonesia. Sehingga masyarakat dan juga para pelaku UMKM yang terdampak dapat melalukan penyesuaian terhadap lingkungan dan mengetahui apa yang harus mereka lakukan. Pada kasus ini diperlukan peran dari pemerintah untuk dapat mengatasi permasalahan tentang ekonomi dan juga mengetahui strategi apa saja yang harus dilakukan untuk dapat memulihkan perekonomian di Indonesia.

Daftar Pustaka

Adnyani, N.K.S. and Agustini, D.A.E. (2020) ‘Digitalisasi sebagai Pemulihan Perekonomian di Sektor Kerajinan dalam Mendukung Kebangkitan UMKM di Provinsi Bali’, *Pengabdian*

Pada Masyarakat, 02(November), pp. 87–96.

Ali, M.H. (2020) ‘Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM’, *Eco-Entrepreneurship*, 6(1), pp. 34–42.

Anggareni, V.P. (2021) ‘Strategi Pemulihan UMKM Pada Masa New Normal dan Industri 4 . 0’, *Journal Inovasi Penelitian*, 1, pp. 318–328.

Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, N.M.A. (2021) ‘Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi’, *Journal of Government and Politics*, 3(1), pp. 47–65.

Assa, A.C., Tampi, J.R.E. and Mangindaan, J. V (2023) ‘Strategi Pemulihan Usaha Mikro , Kecil , Menengah (UMKM) Yang Terdampak Covid-19 di Kota Manado’, 4(3), pp. 288–299.

Atmojo, M.E. and Pratiwi, V.P. (2022) ‘Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19: Branding UMKM melalui Media Sosial di Desa Hargorejo’, *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), p. 816. Available at: https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i3.5676.

Covid-, P.P. (2023) ‘Peran Pemerintah Kabupaten Wonosobo dalam Pemulihan UMKM Pasca Pandemi Covid-19’, 2, pp. 30–44.

Darnus (2021) ‘Jurnal ilmiah publika’, *Ilmiah Publika*, 9, pp. 88–100.

Edy Sutrisno (2021) ‘Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor Umkm dan Pariwisata’, *Jurnal Lemhannas RI*, 9(1), pp. 167–185. Available at: https://doi.org/10.55960/jlri.v9i1.385.

Endah Marendah, R. (2020) ‘Dampak dan Strategi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Menghadapi The “New Normal”’, *Ebbank*, 11(1), pp. 63–70.

Fadilah, A. *et al.* (2020) ‘Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal’, *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), pp. 46–62.

Jufra, A.A. (2020) ‘Studi Pemulihan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sulawesi Tenggara’, 9(June), pp. 116–131.

Kasna, I.K. (2021) ‘Kawal Pemulihan Ekonomi Usai Pandemi’, *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 04(02), pp. 103–113.

Lubis, D.S.W. (2022) ‘Strategi Pemulihan Ekonomi UMKM Pasca Pandemi Covid19 Melalui Peningkatan Kualitas SDM’, *Prosiding Seminar Nasional Sosial …*, 2005, pp. 665–675. Available at: https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek/article/view/242.

Lubis, F.A. *et al.* (2023) ‘Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Program Mekaar Oleh PT . PNM Kota Medan Perspektif Ekonomi Islam’, 9(01), pp. 949–962.

Marlinah. Lilih (2021) ‘Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 2 Bulan Juli 2021 Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 2 Bulan Juli 2021’, *Memnfaatkan Insentif Pajak UMKM Dalam Upaya Mendorong Pemuliahan Ekonomi Nasional*, 4(98), pp. 73–78.

Marlinah, L. (2020) ‘Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19’, *Jurnal Ekonomi*, 22(2), pp. 118–124.

Masruroh, I., Andrean, R. and Arifah, F. (2021) ‘Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia’, *Journal of Innovation and Knowladge*, 1(1), pp. 41–48. Available at: https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/38.

MUBAROK, D. and SUSANTI, D. (2021) ‘Peran Pemerintah Dalam Pemulihan Ekonomi Umkm Dalam Sektor Teknologi (Padi Umkm)’, *Develop: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1), pp. 36–43. Available at: http://dx.doi.org/10.53990/djep.v1i1.69.

Muchtar, M.F. and Arlita, N.F. (2022) ‘6 1,5,6’, 1(1), pp. 1–8.

Nuralia, N. and Andrianto, N. (2021) ‘Dominasi Peran Pemerintah Dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional Di Masa Covid-19’, *Majalah Hukum Nasional*, 51(1), pp. 95–106. Available at: https://doi.org/10.33331/mhn.v51i1.136.

Ridha, M.R. (2021) ‘COVID-19 di Indonesia: aplikasi model ARIMA dan analisis kondisi perekonomian’, *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(3), pp. 416–425.

Rizky, M.F. and Permana, E. (2022) ‘Analisis strategi bisnis menggunakan digital marketing pada UMKM pasca pandemi covid-19’, *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(2), pp. 142–150. Available at: https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6820.

Rustandi, A.A., Harniati and Kusnadi, D. (2020) ‘Jurnal Inovasi Penelitian’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), pp. 599–597.

Saputra, F. and Ali, H. (2022) ‘Penerapan Manajemen Poac: Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen Poac)’, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), pp. 316–328. Available at: https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.733.

Student, M.T. *et al.* (2021) ‘No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title’, *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), pp. 1–13.

Styaningrum, F. (2021) ‘Konsep Sistem Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Umkm Indonesia’, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(8), p. 565. Available at: https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i08.p01.

Suliswati, D. and Razi, F. (2020) ‘Kebijakan Pemerintah Desa Lowayu Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik Dalam Rekonstruksi Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19’, *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), p. 348. Available at: https://doi.org/10.24198/jppm.v7i2.28977.

Triwahono, D.R. *et al.* (2023) ‘Strategi Pemulihan 2 Sektor Pariwisata Dan UMKM Kuliner di Pasca Pandemi Covid 19’, 1(4), pp. 780–787.

Widya, U. *et al.* (no date) ‘Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER) PERAN PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM PEMULIHAN EKONOMI UMKM PADA MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS : DINAS KOPERASI KOTA SURABAYA) Mochamad Ilham Ramadhani’, 19, pp. 1–9.