PERAN DAN EFEKTIVITAS TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PENINGKATAN PEREKONOMIAN DI MASA PANDEMI *COVID-19*

Niken Ayu Afriza/220321100045/Kelas A

220321100045@student.trunojoyo.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pandemi *Covid-19* memiliki dampak yang relatif signifikan tehadap berbagai aspek, khususnya eknomi. Sebagai upaya untuk menyikapi hal ini pemerintah memberlakukan peraturan untuk memberikan batasan sosial yang dikeluarkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 dengan tujuan meminilasir aktivitas social agar dapat menurunkan kasus *Covid-19*. Kondisi ini membuat adanya *physical* dan *social distancing* yang akan memberikan pengaruh pada proses pemasaran (Fantini, Sofyan and Suryana, 2021).

Regulasi yang dikeluarkan pemerintah, memberikan dampak terhambatnya pertumbuhan usaha dimana pergerakan usaha yang membutuhkan ruang untuk promosi menjadi terhalang karena kecilnya ruang interaksi antar penjual dan pembeli (Marlinah, 2020). Hal ini berkaitan dengan survey yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik terkait bidang usaha pada masa *Covid-19*, hasilnya menunjukkan bahwa sebagaian besar kendala yang dirasakan oleh responden pelaku usaha adalah pemasaran produk yang mencapai angka tertinggi dibandingkan kendala lainnya, yaitu sebesar 58,94%.

Gambar 1.1

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Pandemi *Covid-19* bukan hanya memberikan pengaruh pada perekonomian domestic, tetapi juga dirasakan sampai pada global, bahkan *International Monetary Fund* (IMF) memproyeksikan bahwa pertumbuhkan ekonomi global mencapai angka minus 3% (Fida *et al.*, 2021). Di Indonesia sendiri, pengaruh atau dampak *Covid-19* ini sangat berimbas pada sector Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) (Hasan *et al.*, 2021). Menurunnya produktivitas UMKM akan menjadi masalah yang besar karena akan berdampak pada kelangsungan roda perekonomian masyarakat (H. Hartana, 2022). Permasalahan perekonomian di tengah pandemi ini menjadi masalah yang cukup krusial, para pelaku usaha diharuskan responsive dan inovatif untuk menghadapi hal ini.

Aktivitas bisnis harus terus berjalan agar dapat meningkatkan perekonomian, salah satu upaya untuk menghidupakan kembali aktivitas bisnis yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital (Alfian, 2021). Kecanggihan teknologi yang dapat dimanfaatkan, seperti *e-commerce* menjadi jawaban permasalahan turunnya perekonomian di masa *Covid-19*. Bahkan *e-commerce* menjadi keperluan utama public dalam bertransaksi di masa pandemic (Sudaryono, Rahwanto and Komala, 2020). Melalui *platform digital* tersebut kegiatan pasar terus dapat berjalan meskipun tanpa melakukan kontak social.

Mengingat pandemic ini yang memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap aspek ekonomi, khususnya para pelaku UMKM. Tentu saja teknologi digital ini dapat menjadi sebuah solusi UMKM untuk tetap mempertahankan usaha mereka. Pada masa pandemi hingga pasca pandemic, jumlah pengguna *e-commerce* terus meningkat. Berdasarkan laman berita Tempo.Co per Agustus 2020, peningkatan pengguna *e-commerce* pada masa pandemic meningkat cukup signifikan yaitu 28% dan diprediksi untuk tahun-tahun berikutnya juga akan mengalami peningkatan.

Gambar 1.2

Sumber: Tempo.Co

Pertumbuhan *e-commerce* akan terus meningkat salah satu alasan diantaranya adalah karena adanya masa pandemic. Masa pandemic membuat para pelaku usaha mulai mejalankan transaksi jual beli melalui media *online* sebagai upaya untuk tetap menjalankan roda bisnis mereka, selain itu hal ini didukung dengan kemudahan yang ditawarkan *e-commerce* dimana jangkauan transaksi lebih luas dan dapat meminimalisir biaya promosi. Pandemic *Covid-19* secara tidak langsung telah mendorong inovasi baru dalam budaya bisnis Indonesia (Hanim, Soponyono and Maryanto, 2021).

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya diatas, rumusan masalah yang dapat dirumuskan yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak Pandemi *Covid-19* pada roda perekonomian di Indonesia?
2. Bagaimana efektivitas dan peran teknologi digital dalam meningkatkan perekonomian di masa Pandemi *Covid-19*?
3. Bagaimana hambatan dan solusi dalam pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan perekonomian di masa Pandemi *Covid-19*?

Tujuan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui dampak Pandemi *Covid-19* pada roda perekonomian di Indonesia.
2. Mengetahui efektivitas dan peran teknologi digital dalam meningkatkan perekonomian di masa Pandemi *Covid-19*.
3. Mengetahui hambatan dan solusi dalam pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan perekonomian di masa Pandemi *Covid-19*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pandemi *Covid-19*

Pandemi *Covid-19* merupakan sebuah wabah penyakit yang secara cepat dapat menyebar dengan luas melalui kontak fisik sehingga memberikan dampak yang cukup signifikan dalam berbagai aspek, salah satunya adalah aspek ekonomi. Dalam menyikapi hal ini, pemerintah memberlakukan berbagai upaya salah satunya adalah pembatasan kegiatan yang dilakukan secara *offline* untuk meminimalisir kontak fisik. Regulasi tersebut membawa dampak pada lesunya perekonomian karena berkurangnya aktivitas pasar. Hal ini menuntut para pelaku ekonomi untuk memanfaatkan masa ini dengan kecanggihan teknologi digital (Cahya *et al.*, 2021).

Peran perekonomian sangat penting dalam memenuhi pasokan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Adanya pandemi covid yang sangat berdampak pada perekonomian membuat kegiatan perekonomian menjadi terganggu. Kegiatan perekonomian yang meliputi penjulan, permodalan, proses distribusi produk, dan kesulitan bahan baku yang membutuhkan kegiatan bertemu secara langsung menjadi terbatas bahkan terhambat (Damayanti, 2021). Para pelaku bisnis berupaya meningkatkan usahanya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi digital.

Peran UMKM dalam Roda Perekonomian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakana kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh orang pribadi atau badan usaha yang bukan sebagai anak perusahaan ataupun cabang yang mempunyai modal sebesar Rp50.000.000 hingga Rp500.000.000 selain tanah dan bangunan usaha yang dimilikinya (Yuwana, 2020). Bidang UMKM dinilai memiliki paling tinggi tingkat rentannya terhadap Pandemic Covid-19, hal ini dikarenakan pada umumnya kegiatan perputaran transaksi atau jual beli UMKM dilakukan setiap hari (Fadilah *et al.*, 2020).

UMKM selama ini menjadi peran yang begitu penting dalam perekonomian nasional, UMKM berhasil memberikan kontribusinya sebsar 97% terhadap tenaga kerja dan sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Arifqi and Junaedi, 2021). UMKM sebagai penggerak ekonomi domestic dan penyerap tenaga kerja untuk pekerja dan buruh telah mengalami penurunan produktifitas karena Pandemi *Covid-19* sehingga berakibat pada turunnya profit yang cukup signifikan yang dapat berimbas pada berhentinya operasi bisnis UMKM tersebut (Hanim, Soponyono and Maryanto, 2021). Ketika UMKM tidak dapat lagi menjadi sebagai penopang krisis ekonomi akibat Pandemi *Covid-19* maka perekonomian Indonesia akan turun drastis.

Teknologi Digital

Teknologi digital dapat didefinisikan sebagai sebuah teknologi informasi yang bertujuan untuk dilakukan secara digital atau dengan computer dibandingkan memanfaatkan tenaga manusia (Danuri, 2019). Tranformasi teknologi informasi dan komunikasi sangat berkembang pesat melalui berbagai alat dan teknologi baru yang diciptakan dengan tujuan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan manusia. Salah satu kegiatan yang mengalami transformasi ke dunia digital adalah kegiatan bisnis, yaitu melalui *e-commerce. E-commerce* merupakan pelaksanaan kegiatan transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, dan promosi suatu barang maupun jasa yang dilaksanakan dengan pemanfaatkan sarana komuniasi elektronik (Sari, 2023).

Digital marketing merupakan salah satu cara pemasaran yang lebih cepat dan efisien dalam mencapai target pasar, banyak perusahaan meninggalkan budaya *offline marketing* dan beralih ke *online marketing* (Arifqi and Junaedi, 2021). Peralihan ini dikarekanan teknologi memberikan kemudahan dan menawarkan penghematan biaya dan tenaga, selain itu pemasaran secara digital juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembalian. Beberapa contoh *e-commerce* yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital untuk menyediakan informasi berbagai produk antara lain Bukalapak, Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. Kemudahan yang ditawarkan oleh kecanggihan teknologi menjadi jawaban atas tantangan Pandemi *Covid-19* bagi para pelaku usaha.

PENDEKATAN

Penlitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang memeliki keterkaitan dan hubungan erat tentang suatu fenomena atau peristiwa yang sedang terjadi (Siyoto and Sodik, 2015). Pendekatan deskriptif dilakukan dengan tujuan memberikan gambaran atau meluskiskan sesuatu hal atau fenomana yang terjadi (Hartana, 2022). Dalam hal ini adalah memaparkan atau mendeskripsikan sebuah kejadian yang mengacu pada topik permasalahan dan fenomena penelitian yaitu, peran teknologi digital dalam meningkatkan perekonomian di masa Pandemi *Covid-19.*

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi literatur. Studi literatur adalah Teknik pengumpulan data yang menitikberatkan pada penelusursan sebuah data yang bersifat historis atau suatu fenomena yang sudah terjadi yang dapat berupa sebuah gamabar, tulisan, artikel yang kemudian diolah dan dianalisis lebih lanjut yang kemudian disajikan kembali. Pengumpalan data yang dilakukan adalah dengan mencari literatur seperti artikel ilmiah, berita, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan pandemic *Covid-19* dan Teknologi Digital.

Teknik analisis data dilakukan dengan melakukan pengolahan temuan data yang telah disesuaikan dan diklasifikasikan untuk dianalisis dan dijelaskan lebih kompleks dan sederhana atau mudah dipahami. Dalam penelitian ini data-data yang telah dianalisis berdasarkan permasalahan dan topik yang diteliti kemudian dibandingkan dengan fenomena pandemic *Covid-19* dan peran teknologi digital dalam menopang perekonomian.

PEMBAHASAN

Dampak Covid-19 pada Perekonomian

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan di berbagai bidang, antara lain bidang pendidikan, kesehatan, social budaya, dan tentunya perekonomian. Pandemi *Covid-19* yang penularannya melalui kontak fisik membuat pemerintah terpaksa mengeluarkan kebijakan yang mengatur tentang keterbatasan interaksi social antara individu. Regulasi ini sangat berdampak pada laju perekonomian Indonesia, dimana masyarakat akan kesulitan dalam mencari pekerjaan, kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga hal ini akan menurunkan permintaan pasar. Hal tersebut akan berimbas pada segi industri atau produsen. Produsen sebagai pelaku bisnis akan berpotensi menghentikan operasi bisnisnya ketika tidak ada permintaan dari konsumen.

Beberapa penelitian yang dilakukan Hanim *et al*. (2021), Fida *et al.* (2021), Gregorius Rio and Pitaloka (2020), Damayanti (2021), Liu and Sukmariningsih (2021), serta Wijayanto *et al.* (2022) menjelaskan bahwa sektor usaha yang paling merasakan dampak dari Covid-19 ini adalah UMKM. Dimana, kegiatan transaksi UMKM cenderung dilakukan secara *offline*, ketika pemerintah memberlakukan pembatasan social maka hal ini akan menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi keberlangsungan usaha UMKM. UMKM sendiri memiliki peran penting di Indonesia, UMKM memberikan kontribusinya sebsar 97% terhadap tenaga kerja dan sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Arifqi and Junaedi, 2021)

Dalam laman berita Kompas.Com per Agustus 2020 menyebutkan bahwa sebanyak 300.000 pelaku UMKM telah membuat laporan kepada Kementerian koperasi dan UKM, dimana para UMKM mengaku mengalami empat permasalahan akibat pandami, meliputi: (1) turunnya penjualan karena daya beli konsumen yang rendah, sebagaian masyarakat cenderung mengontrol pengeluaran akibat ketidakpastian pandemi; (2) para pelaku UMKM mengaku mengalami kesulitan pemodalan; (3) adanya pembatasan social menyebabkan terhambatnya kegiatan distribusi pasar; dan (4) adanya kesulitan dalam memperoleh bahan baku untuk kebutuhan produksi diakarenakan kendala pembatasan social.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2020), UMKM memiliki peran yang cukup signifikan dalam perekonomian Indonesia, antara lain: (1) UMKM dianggap mampu meratakan perekonomian Indonesia karena jumlah totalnya mencapai 99,9% dari total unit usaha di Indonedia; (2) UMKM memberikan peluang usaha unyu membuka peluang kerja baru; (3) UMKM dinilai mampu memberikan devisa bagi negara yang bersumber dari ekspor barang dan jasa serta kehadiran wisatawan luar negeri yang berbelanja. Mengingat pentingnya UMKM menjadikan sebuah masalah krusial jika banyak UMKM yang menghentikan operasi bisnisnya karena pembatasan social akibat *Covid-19.*

Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Perekonomian di Masa Pandemi Covid-19

Pada era *industry 4.0 dan era society 5.0* mengharuskan segala aspek kehidupan harus mengikuti perkembangan zaman, tidak terkacuali untuk dunia bisnis. Saat ini internet menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat sekarang, karena internet memudahkan segala aspek kehidupan mulai dari hiburan, pelayanan publik, pendidikan, serta bisnis. Hal ini dikarenakan internet menjadikan kegiatan manusia lebih efektif dan efesien. Kecanggihan teknologi menjadi jawaban atas terhambatnya kegiatan social manusia dikarenakan pembatasan berskala besar yang diberlakukan pemerintah untuk memperkecil kasus *Covid-19.*

Bahkan banyak perusahaan yang tidak melanjutkan usahanya atau gulung tikar disebabkan karena tidak bisa mengikuti perkembangan zaman, seperti Kodak, Toys R US, Disc Tarra, Payless yang tidak memperluas pasarnya di dunia maya (Arrizal and Sofyantoro, 2020). Hal ini menunjukkan pentingnya bagi para pelaku usaha untuk mengikuti perkembangan zaman. Para pelaku usaha diharuskan mampu beradaptasi di era digital saat ini, karena banyak manfaat yang didapatkan pelaku bisnis ketika beralih ke mode digital antara lain, jangkauan yang lebih luas, analisis pasar yang lebih mudah dan akurat, interaksi dengan konsumen meningkat serta promosi dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Para pelaku bisnis, khsususnya UMKM dapat tetap melanjutkan kegiatan transaksi jual beli dengan memanfaatkan *e-commerce*. Sebelum pandemi, *e-commerce* hanyalah sebagai salah satu pilihan, namun ketika pandemi banyak pelau bisnis memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan usahanya. Hal ini memberikan dampak jangka panjang, dimana komsumen akan terbiasa berbelanja secara *online*. *E-commerce* menjadi salah satu sebagai pendorong utama yang membuat Indonesia sebagai negara dengan perolehan nilai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan mencapai angka $40 Milliar pada tahun 2019 dan pada tahun 2023 diprediksi akan meningkat menjadi $130 Milliar (Sudaryono, *et al.,* 2020).

Tidak hanya melalui *e-commerce*, para pelaku UMKM juga dapat memnafaatkan social media untuk mempromosikan produk mereka, mengingat bahwa jumlah masyarakat Indonesia yang menggunakan social media dalam kehidupan sehari-hari sangatlah banyak. Fantini, *et al.* (2021) menjelaskan bahwa UMKM dapat meningkatkan penjualan dengan melakukan pemanfaatan melalui social media dengan efektif dan efisien, meliputi: (1) melakukan promosi kegiatan UMKM; (2) Menmberikan pelayanan yang baik dan informasi *up to date*; dan (3) menunjukkan kontribusinya kepada masyarakat. Dengan memanfaatkan teknologi tersebut maka pemasaran yang dilakukan para UMKM dapat meluas tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi.

Pemerintah juga berupaya para pelaku usaha dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di masa pandemi. Kementerian Koperasi dan UKM mendukung digitalisasi UMKM. Hal ini dapat dilihat dari upaya pemerintah yang menjalin kerjasama dengan aplikasi belanja dari di Indonesia (Damayanti, 2021). Banyak UMKM yang kini telah memiliki palatform digital sendiri seperti sayurbox, ekosis, tanihub, dan lain-lain. Guna menyukseskan program digitalisasi UMKM pemerintah juga menjalin kerjasama dengan ekspekdisi untuk melakukan pengiriman produk (Sugiri, 2020).

Pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha, khususnya UMKM sebagai pelaku usaha yang merasakan dampak terjadinya *Covid-19* paling besar, dapat menjadikan para pelaku usaha tersebut dapat bertahan di era pandemi *Covid-19* sehingga mereka mampu bertahan dari perolehan pendapatan dan penyediaan lapangan kerja, dan tentunya lebih inovatif maupun kompetitif untuk menghadapi perkembangan teknologi. Bukan hanya masa pandemi *Covid-19*, pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan bisnis tentunya akan terus berlangsung dan meningkat penggunaannya di era *industry 4.0 dan era society 5.0.* Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran yang besar dalam upaya meningkatkan pembangunan ekonomi di masa Pandemi *Covid-19.*

Hambatan dan Solusi Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Perekonomian

Pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan perekonomian dengan menggunakan aplikasi yang dimanfaatkan dalam kebutuhan sehari-hari. Selain itu, dalam pemanfaatannya teknologi digital pada masa pandemi juga terdapat hambatan. Hambatan yang secara umum terjadi yaitu kurangnya pengadopsian teknologi yang sedang berkembang oleh para pelaku usaha atau UMKM yang masih kurang menguasai teknologi. Rendahnya pengadopsian e-commerce masih terlihat disejumlah negara berkembang contohnya Indonesia (Bahtiar, 2020). Pelaku UMKM yang masih mempertahankan adanya pasar tradisional juga menjadi salah satu hambatan dari transformasi penggunaan tekonologi digital. Hal ini karena banyak yang masih beranggapan para pelanggannya tetap akan membeli di pasar offline atau tradisional. Pada pandangan hukum, penggunaan e-commece dapat mengelabui konsumen dengan mengoprasikan beberapa *web site* yang akan mengakibatkan deskriminasi harga dan akan mengakibatkan pada lemahnya kekuatan pasar (Honata, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa adanya transformasi teknologi digital harus memerlukan kesiapan para pelaku UMKM dalam pemanfaatan e-commerce dengan maksimal agar dapat menerapkkanya secara optimal.

Peran pemerintah dalam pemanfaatan e-commerce dapat menjadi solusi utama dalam mengatasi hambatan pemanfaatan teknologi digital (Rakanita, 2019). Pemerintah yang menjadi pihak yang kuat diharapkan dapat mempercepat pemanfaatan teknologi digital khususnya e-commerce. Pemerintah harus menggabungkan pihak stakeholder e-commerce untuk dapat mengatasi hambatan dalam pemanfaatan e-commerce. Selain itu, pemerintah dapat memberikan modalisasi dan subsisdi pada para pelaku UMKM (Bahtiar, 2020). Pelatihan juga diperlukan bagi para pelaku UMKM yang masih kurang menguasai teknologi digital agar dapat mencapai titik yang maksimal dalam pemanfaatan e-commerce.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian analisis yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pandemi *Covid-19* memiliki dampak yang cukup signifikan, salah satunya dalam bidang perekonomian. Peraturan yang diberlakukan pemerintah mengenai pembatasan interaksi social membuat terbatasnya interaksi bisnis, sehingga hal ini berimbas pada kemungkinan berhentinya kegiatan operasional bisnis, khususnya para pelaku UMKM. Ketika UMKM tidak dapat lagi menjadi sebagai penopang krisis ekonomi akibat Pandemi *Covid-19* maka perekonomian Indonesia akan turun drastis.
2. Kecanggihan teknologi mampu menjadi solusi dari tantangan atas minimalnya ruang interaksi bisnis yang dilakukan secara offline karena pembatasan interaksi social. Para pelaku usaha dapat tetap menjalankan operasi bisnis mereka dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, seperti *e-commerce* dan media social. Pemerintah juga turut memanfaatkan teknologi di era Pandemi *Covid-19* dengan menjalin kerjasama dengan aplikasi belanja dan ekspekdisi. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital memiliki peran yang besar dalam upaya meningkatkan pembangunan ekonomi di masa Pandemi *Covid-19* dan tahun-tahun berikutnya karena melahirkan budaya baru.
3. Pemanfaatan teknologi digital juga terdapat hambatan dalam penggunaannya. Diantarnya yaitu minimnya pengadopsian teknologi yang sedang berkembang oleh para pelaku usaha atau UMKM yang kurang menguasai teknologi digital dan pelaku UMKM yang masih mempertahankan menjual produk di pasar tradisonal. Dari hambatan tersebut solusi yang dapat dialukan yaitu dengan pemerintah yang menjadi pihak yang kuat diharapkan dapat mempercepat pemanfaatan

teknologi digital khususnya e-commerce dan melakukan pengaadan pelatihan bagi para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Alfian, V.M. (2021) 'Peran Anak Muda Melakukan Inovasi untuk UMKM di Masa dan Pasca Pandemi', *Prosiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan*, 1(1), pp. 7–26.

Arifqi, M.M. and Junaedi, D. (2021) 'Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), pp. 192–205. doi:10.47467/alkharaj.v3i2.311.

Arrizal, N.Z. and Sofyantoro, S. (2020) 'Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi', *Birokrasi Pancasila : Jurnal Pemerintahan, Pembangunan, dan Inovasi Daerah*, 2(1), pp. 39–48. Available at: http://jurnal.madiunkab.go.id/index.php/bp%0APemberdayaan.

Bahtiar, R.A. (2020) 'Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia [Potency, Government Role, and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia]', *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 11(1), pp. 13–25. doi:10.22212/jekp.v11i1.1485.

Cahya, A.D. *et al.* (2021) 'Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19', *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), pp. 503–510. doi:10.37481/sjr.v4i3.329.

Catriana, E. (2020) *Kemenkop Terima 300.000 Laporan UMKM Terpukul Pandemi Covid-19*, *Kompas.Com*. Available at: https://money.kompas.com/read/2020/08/12/050707126/kemenkop-terima-300000-laporan-umkm-terpukul-pandemi-covid-19 (Accessed: 29 June 2023).

Damayanti, N.N.S.R. (2021) 'Menjaga Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19', *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(1), pp. 130–140. doi:10.30737/ekonika.v6i1.1454.

Danuri, M. (2019) 'Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital', *Infokam*, 12(2), pp. 116–123.

Esterina, F. (2020) *Prediksi Angka Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2024*, *Tempo.co*. Available at: https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024#:~:text=Pada 2018%2C mencapai 87%2C5 juta pengguna e-commerce di,juta pengguna dan 2023 mencapai 180%2C6 juta pengguna. (Accessed: 27 June 2023).

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.

Fantini, E., Sofyan, M. and Suryana, A. (2021) 'Optimalisasi Sosial Media sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), pp. 126–131. Available at: https://doi.org/10.5281/zenodo.4575272#.YEAONaLn1YM.mendeley.

Fida, I.A. *et al.* (2021) 'Transaksi E-Commerce sebagai Pertahanan UMKM di Tengaj Pandemi Covid-19 dalam Prespektif Islam', *Jurnal Imtiyaz*, 5(2), pp. 53–64.

Gregorius Rio, A. and Pitaloka, E. (2020) 'Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemik Covid 19 Di Indonesia', *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6*, 6(2), pp. 139–146.

Hanim, L., Soponyono, E. and Maryanto, M. (2021) ‘Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19’, *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), pp. 30–39. doi:10.24967/psn.v2i1.1452.

Hartana (2022) ‘Pengembangan Usaha UMKM Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Digital Marketing di Kabupaten Buleleng’, *Jurnal Pendidikan Kewarganeraan Undiksha*, 3(10), pp. 1–24.

Hartana, H. (2022) ‘Pengembangan Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Teknologi’, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganesa FHIS*, 3(2), pp. 50–64. Available at: https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/p2mfhis/article/view/1542%0Ahttps://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/p2mfhis/article/download/1542/763.

Hasan, M. *et al.* (2021) ‘Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor UMKM Di Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), pp. 125–138. doi:10.26740/jepk.v9n2.p125-138.

Honata, M.S. (2017) ‘Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha’, *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, I(1), pp. 73–88.

Liu, E. and Sukmariningsih, R.M. (2021) ‘Membangun Model Basis Penggunaan Teknologi Digital Bagi Umkm Dalam Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), p. 213. doi:10.26623/jic.v6i1.3191.

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.

Rakanita, A.M. (2019) ‘Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karangsari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak’, *Jurnal Ekbis*, 20(2), p. 1280. doi:10.30736/ekbis.v20i2.237.

Safitri, I. (2020) ‘Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19’, *Univesitas Negeri Yogyakarta*, (19804244029), pp. 1–20. Available at: https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/jm6u2.html.

Sari, P.N. (2023) ‘Pengaruh Penggunaan Teknologo dan Penerapan E-Commerce terhadarp Peningkatan Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), pp. 11–19.

Siyoto, S. and Sodik, A. (2015) *Dasar Metodologi Penelitian*. 1st edn. Edited by Ayup. Sleman: Literasi Media Publishing.

Statistik, B.P. (2022) ‘Hasil Survei Kegiatan Usaha pada Masa Pandemi Covid-19’.

Sudaryono, Rahwanto, E. and Komala, R. (2020) ‘E-Commerce dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid-19 sebagai Entreprenur Modern dan Pengaruhnya terhadap Bisnis Offline’, *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(2), pp. 111–124.

Sugiri, D. (2020) ‘Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19’, *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), pp. 76–86. doi:10.32639/fokusbisnis.v19i1.575.

Wijayanto, G. *et al.* (2022) ‘Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Digitalisasi Markeing Pada Sektor UMKM’, *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 2(7), pp. 630–635. doi:10.36418/jurnalsostech.v2i7.378.

Yuwana, S.I.P. (2020) ‘Coronanomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19’, *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(1), pp. 47–59. doi:10.37195/jtebr.v2i1.58.