UPAYA PEMULIHAN PENDAPATAN EKONOMI PADA MASYARAKAT DI ERA COVID-19

Ratna Amira Nurhaliza, 220321100050, B

PENDAHULUAN

Pada era pandemi yang melanda berbagai negara termasuk negara Indonesia yang terkena wabah Corona Viruses (COV), wabah tersebut bukan hanya membawa penyakit melainkan juga berkaitan dengan perekonomian pada Indonesia yang mengalami penurunan secara signifikan. Dampak yang berkaitan dengan ekonomi diperkirakan banyak negara akan mengalami kondisi terpuruk, dan angka pengganguran akan meningkat disebabkan pemberhentian kegiatan produksi. Virus corona tersebut telah membuat perekonomian Indonesia mengalami keterpurukan dan berimbas pada semua sektor terutama pariwisata.

Permasalahan yang dihadapi berdampak pada masyarakat yang dikota dan desa, dalam hal ini para pengerak UMKM juga terdampak menyebabkan penghasilan menurun dan barang-barang yang dibutuhkan mengalami kenaikan harga. Banyak dari mereka yang kehilangan pekerjaan dan berkaitan dalam hal itu kasus kriminalitas juga Kembali muncul mulai dari kasus penimbunan masker yang dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, kasus penimbunan tabung oksigen, dan juga pihak rumah sakit memanfaatkan pasien yang meninggal tidak terkena covid akan tetapi di mintai uang agar terbebas. Terlepas dari itu semua banyak yang mengeluhkan perekonomian tidak banyak dari mereka yang mencoba berbagai pekerjaan demi menghidupi keluarganya, maka dari itu peran pemerintah dibutuhkan untuk menanggulangi permasalahan para masyarakatnya.

Menurut (Septiningrum, 2021) mejelaskan bahwasannya dalammempertahankan bisnis maka yang harus diperhatikan adalah dengan dilakulannya Langkah preventif untuk menekan *operational cost* upah dari karyawan sehingga modal tidak bergerak hingga tiba waktunya biaya sewa tempat usaha. Menurut (Maleha *et al.*, 2021) faktor-faktor yang mmpengaruhi pedagang UMKM dalam menghadapi dampak pandemic dengan terus bekerja yang dimana dibalik itu mereka berjuang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, meskipun mereka tidak mentaati peraturan dari pemerintah yang dianjurkan untuk WFH.

Permasalahan yang dialami ketika masa pandemic yaitu minimnya lapangan pekerjaan bagi mereka yang di berhentikan, kurangnya mengenal media digital agar penjualan mereka bisa melalui *E-commerce,* dikarenakan semua kegiatan dibatasi. Tujuan dari esai ilmiah ini adalah

membantu masyarakat yang terdampak perekonomian agar bisa Kembali dengan adanya melalui media digital. Menurut (Li *et al.*, 2020) ketika masa pandemic melanda yang dimana pelaku UMKM harus mulai mengadopsi *e-commerce* untuk meningkatkan kembali penjualan dan arus kas, penggunaan *E-commerce* sangat membantu dalam proses jual beli dan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan hasil penjualan.

Bukan hanya hal itu saja menurut (Kala'lembang, 2020) beberapa faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* diantaranya pengaruh pihak eksternal, karakteristik dalam organisasi, dan faktor kepemimpinan. Dalam mengadopsi *e-commerce* dapat memanfaatkan teknologi bagi pelaku UMKM agar faktor-faktor tersebut bisa berpengaruh dalam peningkatan perekonomian.

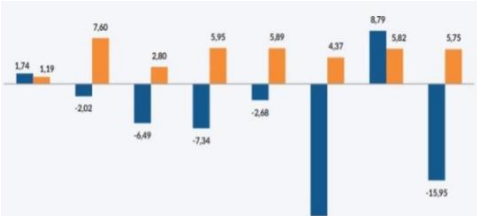
TINJAUAN PUSTAKA

Krisis Akibat Covid-19

Dengan adanya krisis yang disebabkan oleh wabah yang melanda tersebut tidak hanya terfokus pada krisis ekonomi saja melainkan dampak yang ditimbulkan seperti yang sudah dijabarkan oleh (Vania and Anwar, 2022) dampak yang dimaksud ialah social distancing membawa bencana bagi umat manusia diseluruh dunia yang mengalami berbagai kesulitan hidup. Akan tetapi dibalik itu semua Covid-19 telah menciptakan masyarakat yang baru bersifat empatik, kepedulian hal yang langka ketika wabah melanda, dengan bangkitnya peluang bertumbuhnya social entrepreneurship di masa depan dengan memberikanpengarh dan memberikan solusi atas kesulitan yang terjadi di msyarakat (Igwe *et al.*, 2020).

Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi dikenal dengan keterikatan suatu negara yang mampu menjadi tolak ukur dalam kegiatan barang dan jasa yang diproduksi. Menurut (Fahrika and Roy, 2020) dalam mengukurbesarnya pertumbuhan ekonomk pada suatu negara ialah dengan menggunakan nilai PDB (Produk Domestik Bruto) atau PDRB yang hasil akhirnya menjadi nilai produksi barang-barang dan jasa dalam perekonomian selama satu tahun.



Gambar 1. Pertumbuhal;ln PDRB Delapan Lapangan Usaha Dominan dalam persen (sumber badan pusat statistic kota Batu)

Pada gambar atau table tersebut pertumbuhan ekonomi di kota Batupada tahun 2020-2021 sekitar 4,04 persen menurut (Zahra *et al.*, 2022) pada pertmbuhan ekonomi tersebut khususnya sektor pertanian yang mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi dikarenakan berkaitan dengan kebutuhan pangan masyarakat yang ekonominya masih belum stabil. Upaya pemerintah dalam pemulihan pada masa pandemic ini dengan penguatandalam sektor agar terciptanya ekonomi pada masyarakat.

Menurut (Mubarok, 2018) teori pertumbuhan suatu wilayah dapat dianalisis dengan sistem ekonomi terbuka yang terhubung langsung oleh wilayah-wilayah lain melalui perpindahan arus faktor-faktor produksi. Berkaitan dengan PDRB atas harga yang berlaku untuk nilah tambah barang dan jasa yang dihitung setiap tahunnya, pada masa pandemic mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi. Terdapat beberapa teori yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi menurut para ahli :

1. Teori Pertumbuhan Klasik

   Yang dimana teori tersebut menjelaskan tentang gagasan Adam Smith, David Ricardo, Thomas Robert Malthus, dan John Stuart Mill yang berpendapat bahwa dalam pertumbuhan ekonomi akan mempengaruhi jumlah penduduk, jumlah ketersediaan barang dan modal, tingkat kekayaan dll. Menurut Adam Smith sendiri suatu perekonomian dapat tumbuh ketika jumlah penduduk meningkat dan mempengaruhi pendapatan perkapita namun jika sudah mencapai titik maksimal atau *law diminishing of return.*
2. Teori Pertumbuhan Neo Klasik

   Mneurut para ahli Robert Solow, dan Trevor Swan teori pertumbuhan neo klasik ini meliputi pengaruh modal, Angkatan kerja hingga teknologi. Robert Solow memeberikan pendapat bahwasannya tingkat tabungan juga ikut berpengaruh dalam pembentukan modal. Menurut (Suryono, 2001) menjelaskan bahwasannya pertumbuhan dalam masyarakat sering kali dititikberatkan dalam hasil peningkatan produksi dan jasa yang pertumbuhan perekonomiannya digunakan dalam teori Neo-Keynes dan Neo-Klasik. Keterbatasan sumberdaya juga termasuk faktor penghambat dalam pertumbuhan ekonomi dan akan mengalami penurunan disebabkan oleh mata rantai tabungan, akumulasi modal, dan investasi.

Menurut (Zulfaridatul Yaqin, Yunani and Nur, 2018) faktor dalam menentukan pertumbuhan ekonomi yaitu permintaan barang dan jasa sehingga menyebabkan kekayaan pada suaru

wilayah dapat menciptakan peluang kerja dan mampu memberikan lapangan pekerjaan bagi yang terdampak. Disamping itu ada problematika dalam bidang ekonomi terutama di era pandemic yang melanda beberapa tahun kemarin menurut (Muhtarom *et al.*, 2022) dalam mengatasi permasalaahn tersebut yaitu dengan cara pemberdayaan masyarakat sendiri dan memperbaiki kehidupannya dengan membentuk kemandirian. Pemberdayaan pada intinya mengutamakan usaha sendiri dari orang yang akan diberdayakan (Nurul, 2020).

Minimnya lapangan pekerjaan bagi mereka yang sudah lanjut usia yang terdampak pandemic kemarin, pada jurnal yang peneliti review bagi kaum dhuafa mereka membantu dengan kegiatan pengabdian dan dibantu dengan pihak dosen dalam rangka membantu dan melakukan pemberdayaan masyarakat dhuafa di era Covid-19, dengan memberikan bantuan modal usaha warung terdapat beberapa lokasi yang mereka kunjungi. Pada kegiatan terebut dapat membentuk nilai-nilai humanis selama masa pandemic, membantu meningkatkan perekonomian warga dan masyarakat dengan memberikan lapangan pekerjaan.

Menurut (Keluarga and Kondisi, 2020) ketika pemerinah memberlakukan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) untuk seluruh masyarakat, akan tetapi berdampak pada masyarakat tidak terkecuali masyarakat kelas bawah yang kesulitan mencari nafkah. Dalam hal ini banyak menimbulkan pro dan ontra dari berbagai pihak dikarenakan juga setiap masyarakat pasti membutuhkan membeli kebutuhan pokok akan tetapi harus berhemat pengeluaran dalam menjaga ketahanan ekonomi dalam suatu keluarga.

Pemulihan Ekonomi

Pemulihan ekonomi sendiri dapat diartikan dengan suatu keadaan yang dimana terjadinya proses peningkatan pertumbuhan ekonomi ke arah yang positif. Menurut (Puspitasari Gobel, 2020) dalam masa pandemi yang harus dilakukan ialah menciptakan kondisi dalam pembentuksn baik swasta maupun negeri dalam sistem transportasi untuk mobilitas barang dan tenaga kerja, serta memperkuat pasar domestic akan menimnulkan peluang bisnis di tingkat domestik.

Kontribusi yang dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia memiliki peranan penting dalam pemulihan perekonomian, hal ini di jelaskan oleh (Marginingsih, 2021). Keberadaan UMKM juga menjadi faktor penentu dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) serta juga menjadi penyedia jejaring pengamanan dalam menjalankan kegiatan ekonomi produksi (Julita, 2020). Menurut (Rohayati, 2022) menjelaskan tentang Ekonomi Nasional yang akan terus memajukan realisasi program pemerintah tentang penyerapan anggaran.

Menurut (Enrico, 2019) dalam kegiatan perekonomian terbagi menjadi dua bagian yaitu basis ekonomi dan nonbasis ekonomi, pada kegiatan ekonomi basis diartikan sebagai kegiatan yang mendatangkan uang dari luar wilayah melalui proses ekspor dan mendorong tumbuh kembang usaha. Pada zaman teknologi ini informasi sangatalah dibutuhkan untuk memahami apa yang kita inginkan, menurut (Abidin and Sofyan, 2022) dalam sebuah informasi kita bisa memajuka zaman melalui pemasaran apalagi sekarang era nya globalisasi dibidang pemasaran. Untuk sarana dan prasarana dalam memajukan kegiatan pemasaran harus jelas media nya misalnya saja menggunakan media digital (Nasir, Basalamah and Kusuma, 2019). (Winduro, Suhita and Yudistira, 2023) menjelaskan Upaya pemberdayaan oleh pemerintah sangat penting guna untuk menyelamatkan dari keterpurukan UMKM.

Menurut (Oeyono and Dharmayanti, 2013) pada era sekarang ini kompetisi keberhasilan yang menciptakan persepsi positif pada konsumen ialah faktor penting dalam keberhasilan penjualan produk, maka dari itu perusahaan perlu menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk dengan menyentuh sisi emosional pada konsumen. Menurut (Setyawan, 2022) untuk meminimalisir angka kerugian dalam digital marketing maka yang harus diperhatikan ialah membangun komunikasi dan juga harus memprediksi fenomena kedepannya, akan tetapi dalam mengamati inovasi produk yang di inginkan pasar terhadap konsumen guna untuk meningkatkan penjualan pelaku usaha UMKM. Dengan memanfaatkan media digital yang membantu dan mengurangi biaya operasional sehingga dalam penedekatan tersebut bersifat alternatif.

Pemerintah harus menerapkan Tindakan penting yaitu : pertama. Pemerintah harus membuat pasal sunset dari Langkah-langkah dukungan terhadap ekonomi dan bisnis yang saat ini terfokus pada pemulihan perekonomian. Kedua, pemerintah memastikan bahwasannya arus kas perusahaan yang kelar masuk dilakukan pengecekan secara bertahap. Ketiga, dukungan yang diberikan harus tersampaikan pada pelaku usaha UMKM yang dapat meningkatkan ketahanan ekonomi pada masyarakat pada era pasca Covid-19, hal ini sudah dijabarkan oleh (Bisnis and Bisnis, 2022).

Pada perkembangan ekonomi dapat di definisikan sebagai “proses kenaikan pendapatan perkapita dalam suatu jangka waktu yang Panjang”. Dalam permasalahan yang terjadi kenaikan pendapatan per kapita mungkin tidak menaikkan standar hidup rill pada masyarakat (Puspaningtyas, 2021)

Pemanfaatan Teknologi Media Digital

Menurut (Ardani, 2022) menjelaskan dalam memanfaatkan saluran digital seperti mesin pencari, media sosial dan seluler dalam belanja online mealui internet memberikan dampak yang meningkat oleh konsumen untuk mencari nformasi mengenai suatu produk atau layanan dalam pemebelian tidak secara langsung. Akan tetapi faktor yang menjadi penghambat dalam media digital ini ialah terdapat pada efesiensi waktu dan biaya dalam pengiriman dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam mas pandemic yang mengharuskan mereka dirumah.

Dalam memulai sebuah bisnis misalnya saja *start up* yang sekarang akan lebih membutuhkan kesiapan SDM pangsa digital, dalam pemasaran perlu menghasilkan ide-ide kreatif serta perlu membaca peluang pasar agar mereka dapat berminat, seperti yang sudah di jelaskan oleh (Gunawan, Fung and Silaswara, 2020) dalam menjalankan usaha rintisan melalui digital marketing maka yang perlu dilakukan ialah mulai meningkatkan skill dan kemapuan salah satunya ialah melalui *influencer* yang menjadi target strategi marketing dalam mempengaruhi bentuk rasa percaya yang lebih kuat dengan followers untuk meningkatkan penjualan. Berkaitan dengan pelaku usaha UMKM ketika pandemic melanda, dengan memanfaatkan peluang sebaik-baiknya.

Menurut (Vania and Anwar, 2022) tantangan yang sekarang ialah kewirausahaan yang digunakan oleh industry dalam memahami efek krisis COVID-19, perlunya peran masyarakat dalam pendekatan. Untuk itu perlu dikembangkan ajaran kewirausahaan pada mereka dengan faktor mempertimbangkan agar memberikan peluang yang besar. Beberapa usulan berpendapat menciptakan tim dengan kompetensi, ketrampilan dan berpikir kognitif dalam mengambil keputusan.

Menurut (Wibowo, Sarjana and Jayakarta, 2022) teknologi juga memiliki pengaruh dalam berbisnis dan dapat diterapkan [ada semua jenis sektor usaha dengan rasio skala besar maupun UKM, pada era digitalisasi UMKM juga menjadi sarana agar bisa memperjual belikan produknya sehingga akan mencapai sebuah komunikasi dan transaksi. Menurut (Suwarni, Sedyastuti and Mirza, 2019) terdapat tiga hambatan yang akan dialami oleh pelaku UMKM yaitu :

1. Pelaku UMKM sendiri masih gagal dalam pemasaran melalui pasar digital, dikarenakan tidak memenuhi persyaratan yang diminta oleh pasar digital
2. Melemahnhya kualitas daya tahan pelaku UMKM yang belum merata, harus bersaing dengan perusahaan yang jauh lebih besar
3. Diberlakukannya pelatihan SDM agar pelakuk UMKM lebih tahu.

Kesimpulan

Permasalahan yang dihadapi oleh semja orang khususnya masyarakat Indonesia yang juga turut berdampak dalam wabah Covid-19, banyak orang yang mengalami pemberhentian kerja dan angka pengganguran meningkat pesat yang mengharuskan mereka memulai dari awal misalnya saja membuka usaha UMKM yang didukung oleh pemerintah sebagai solusi dalam menghadapi ketahan perekonomian dengan menggunakan media digital marketing sebagai sarana dan prasarana nya.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z. and Sofyan, A. (2022) 'Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang', *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(1), pp. 11–16. Available at: https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76.

Ardani, W. (2022) 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen', *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), pp. 40–47. Available at: https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102.

Bisnis, M. and Bisnis, M. (2022) 'Jurnal Embistek Jurnal Embistek', 1(September), pp. 48–62.

Enrico, F. (2019) 'Analisis Sektor Basis Dan Potensi Spasialterhadap Upaya Pemerataan Pembangunan Kewilayahan Jawa Timur', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).

Fahrika, A.I. and Roy, J. (2020) 'Dampak pandemi covid 19 terhadap perkembangan makro ekonomi di indonesia dan respon kebijakan yang ditempuh', *Inovasi*, 16(2), pp. 206–213.

Gunawan, I., Fung, T.S. and Silaswara, D. (2020) 'Digital Marketing Study, Through Instagram Media Case Study of Private Universities in the Tangerang Region', *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), p. 1. Available at: https://doi.org/10.31253/pe.v18i2.346.

Igwe, P.A. *et al.* (2020) 'Solidarity and social behaviour: how did this help communities to manage COVID-19 pandemic?', *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(9–10), pp. 1183–1200. Available at: https://doi.org/10.1108/IJSSP-07-2020-0276.

Julita, J. (2020) 'Pemberdayaan masyarakat untuk umkm melalui pelatihan penyusunan proposal usaha dan analisis laporan keuangan UMKM di Kabupaten Kampar', *Unri Conference Series: Community Engagement*, 2(2), pp. 106–111. Available at: https://doi.org/10.31258/unricsce.2.106-111.

Kala'lembang, A. (2020) 'Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19', *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), p. 54. Available at: https://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358.

Keluarga, E. and Kondisi, P. (2020) '2020 - Stevany', *Untirta Civic Education Journal*, 5(2), pp. 149–162.

Li, L. *et al.* (2020) 'The impact of e-commerce capabilities on agricultural firms' performance gains: the mediating role of organizational agility', *Industrial Management and Data Systems*, 120(7), pp. 1265–1286. Available at: https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2019-0421.

Maleha, N. *et al.* (2021) 'Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Desa Sugih Waras Kec. Teluk Gelam Kab. OKI', *Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id*, 7(03), pp. 1441–1448. Available at: http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3476.

Marginingsih, R. (2021) 'Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM', *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), pp. 110–116. Available at: https://doi.org/10.31294/moneter.v8i2.10997.

Mubarok, F. (2018) 'Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP)', *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 1(2), pp. 71–81.

Muhtarom, H. *et al.* (2022) 'Pemberdayaan Kaum Dhuafa Untuk Meningkatkan Nilai-Nilai Humanis Di Era Pandemi Covid-19', *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 14(1), pp. 15–22. Available at: https://doi.org/10.52166/humanis.v14i1.2781.

Nasir, M., Basalamah, J. and Kusuma, A.H.P. (2019) 'Kegiatan E-Marketing Sebagai Bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), pp. 01–08.

Nurul, I. (2020) 'Model pemberdayaan komunitas lelang brownies shodaqoh dalam memberdayakan kaum dhuafa di kabupaten Banyumas'. Available at: http://repository.iainpurwokerto.ac.id/8219/.

Oeyono, J. and Dharmayanti, D. (2013) 'Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Intervening Variabel Di Tator Cafe Surabaya Town Square', *Jurnal manajemen Pemasaran*, 1(2), pp. 1–9.

Puspaningtyas, A. (2021) ‘Optimalisasi Sektor Unggulan Kota Surabaya dalam Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19’, *Dinamika Governance : Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 11(1), pp. 19–30. Available at: https://doi.org/10.33005/jdg.v11i1.2484.

Puspitasari Gobel, Y. (2020) ‘Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Mengkombinasikan Model Filantropi Islam Dan Ndeas Model’, *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), pp. 209–223. Available at: https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5809.

Rohayati, N. (2022) ‘Ketahanan Umkm Di Desa Tegalsawah Melintasi Pandemi Covid-19’, *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(1), pp. 860–868.

Septiningrum, L.D. (2021) ‘Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food and Beverage Di Era Pandemi Covid 19’, *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, 8(1), pp. 32–49. Available at: https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.32638.

Setyawan, M.A. (2022) ‘Jurnal Ekonomika dan Bisnis’, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 8(2), pp. 27–41.

Suryono, A. (2001) ‘Teori dan Isu Pembangunan’, *Universitas Negeri Malang,(Malang: UM Press)*, pp. 1–52.

Suwarni, E., Sedyastuti, K. and Mirza, A.H. (2019) ‘Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital’, *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 2(2), pp. 29–34.

Vania, A. and Anwar, S. (2022) ‘Social entrepreneurship mengatasi krisis sosial dan ekonomi di masa Covid-19: perspektif ekonomi islam’, *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), pp. 45–60. Available at: https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.17410.

Wibowo, K., Sarjana, S.H. and Jayakarta, S. (2022) ‘Post-Pandemi Covid-19 Economic Recovery, Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19’, 03(02).

Winduro, W., Suhita, D. and Yudistira, F. (2023) ‘Resiliensi Umkm Manahan Surakarta, Upaya Siapa?’, *Populika*, 11(1), pp. 1–13. Available at: https://doi.org/10.37631/populika.v11i1.750.

Zahra, A. *et al.* (2022) ‘Analisis Peran Sektor Pertanian Dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Batu’, *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1),

pp. 269–276. Available at: https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/528.

Zulfaridatul Yaqin, S.M., Yunani, A. and Nur, M.A. (2018) ‘Pengaruh Anggaran Belanja, Infrastruktur Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Ketimpangan Pembangunan Provinsi Kalimantan Selatan’, *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 9(1), p. 63. Available at: https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v9i1.2090.