

## **Peran Anak Muda Melakukan Inovasi untuk UMKM di Masa dan Pasca Pandemi**

**Vicky Maulana Alfian\***

Universitas Terbuka

\*Email korespondensi: vickymaulana1933@gmail.com

---

### ***Abstract***

*The pandemic has changed our daily habits, where we can gather every day and go anywhere freely. However, now we are a little limited in movement due to the impact of the Covid 19 Pandemic. The effect can be immediately felt in various sectors, ranging from health, economy, education, and social activities. From an economic perspective, one of the most affected sectors is the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) sector. So what can we do to solve this problem? We can do together many ways together, especially what young people can do to increase sales turnover, namely by using innovative methods, more creatively and efficiently, but not necessarily neglecting health protocols.*

**Keywords:** *Economy, Innovative, Pandemic*

### ***Abstrak***

*Pandemi telah mengubah suatu kebiasaan kita sehari-hari, yang kesehariannya bisa berkumpul, bisa pergi kemana saja dengan bebas. Akan tetapi, kini kita sedikit terbatas pergerakannya karena akibat imbas dari Pandemi Covid 19. Dampak nya bisa langsung terasa ke berbagai sektor, mulai dari kesehatan, ekonomi, pendidikan hingga kegiatan sosial. Salah satu sektor yang paling terdampak dari segi ekonomi yaitu sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Lantas apa yang kita bisa lakukan untuk mengatasi masalah ini, ada banyak cara yang bisa kita lakukan bersama-sama, terutama yang bisa anak muda lakukan untuk bisa mendongkrak omset penjualan, yaitu dengan metode-metode yang inovatif, dengan cara yang lebih kreatif dan efisien, namun tidak serta merta melalaikan protokol kesehatan.*

**Kata Kunci :** *Ekonomi, Inovatif, Pandemi*

### **Latar Belakang Kegiatan**

Untuk pertama kalinya Indonesia mengkonfirmasi kasus Covid-19 pada tanggal 2 Maret 2020, kasus tersebut pertama kali ditemukan terhadap salah satu warga Kota Depok yang melakukan kontak erat dengan salah seorang warga negara Jepang pada sebuah klub dansa di Restoran Jakarta Selatan. Kasus tersebut pun tiap hari semakin terus bertambah, terlebih lagi akibat dari kebijakan pemerintah dan *statemen* atau pernyataan dari para Menteri dan Pejabat publik yang seakan menganggap sepele keberadaan virus Covid-19 ini. Seiring

berjalannya waktu, jumlah kasusnya pun semakin hari semakin mengkhawatirkan dan terus mengalami peningkatan. Kondisi yang semakin tak terkendali ini, membuat masyarakat harus memperhatikan aspek protokol kesehatan dalam menjalani kehidupan dan kegiatannya sehari-hari. Dampak dari pandemi Covid-19 ini tentu telah memukul berbagai lini sektor yang ada di lingkungan kita, mulai dari kesehatan, ekonomi, pendidikan, kegiatan sosial, dan lain lain. Akan tetapi hal yang perlu diingat bahwa, bukan hanya kita saja yang merasakan, bukan hanya masyarakat Jawa Timur yang merasakan, bukan hanya Indonesia yang merasakan, melainkan hampir seluruh negara di dunia pun juga ikut merasakan. Secara global, pandemi Covid-19 telah menunjukkan dampaknya terhadap beberapa bidang, terutama pada soal perekonomian, termasuk pula di Indonesia. Secara domestik, pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur hanya berkisar pada angka 3,04% pada triwulan I, jauh dari rata-rata pada periode yang sama, yang berada di angka 5,55%<sup>1</sup>. Kondisi ini merupakan dampak langsung dari terhentinya kegiatan perekonomian yang dikarenakan adanya aturan mengenai *social/physical distancing* yang diberlakukan sebagai upaya untuk menekan angka penularan Covid-19.

Kondisi tersebut juga berimbas pada sektor perekonomian lainnya, tak terkecuali sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dalam peranannya di Indonesia, UMKM mempunyai posisi yang sangat penting bagi perekonomian, dikarenakan banyaknya pekerja yang terlibat langsung dan ditambah lagi dengan jumlah UMKM di Indonesia yang mencapai 64,19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro Kecil (UMK) yang sangat dominan yakni 64,13 juta atau sekitar 99,92% dari keseluruhan sektor usaha. Sedangkan untuk wilayah di Jawa Timur, dimana Usaha Mikro Kecil (UMK) mendominasi aktivitas ekonomi dengan proporsi sekitar 98,95%<sup>2</sup>. UMKM juga menjadi salah satu sektor yang mampu menyerap jutaan tenaga kerja. Dari sekitar 39 juta penduduk Jatim, sebanyak 18,5 juta diantaranya atau sekitar 48% penduduk, bergerak di sektor UMKM. Pendefinisian UMKM diatur dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dimana yang disebut UMKM adalah : (1). Usaha

---

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2020

<sup>2</sup> Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2018

mikro yaitu usaha yang memiliki kekayaan paling banyak Rp. 50.000.000,00 atau hasil penjualan tahunan nya paling banyak Rp. 300.000.000,00 ; (2) usaha kecil yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp. 50.000.000,00 s.d Rp. 500.000.000,00 atau hasil penjualan tahunan Rp. 300.000.000,00 s.d Rp. 2,5 Miliar; (3) Usaha menengah yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp. 500.000.000,00 s.d Rp. 10 miliar atau hasil penjualan tahunan Rp. 2,5 Miliar u.s.d Rp. 50 miliar.

Dalam situasi pandemi seperti ini, sektor ekonomi harus menjadi perhatian setelah kesehatan, terkhusus pada sektor UMKM, karena sektor tersebut menjadi penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja. Di wilayah Jawa Timur, UKM mempunyai peran cukup signifikan, hasil perhitungan dari nilai K-UMKM Jawa Timur menunjukkan bahwa pada tahun 2016, UMKM berkontribusi sebesar 56,43%, meningkat menjadi 56,63% pada tahun 2017 dan kemudian kembali meningkat pada tahun 2018 menjadi 56,93%. Namun kini dengan adanya situasi pandemi Covid-19, UMKM di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Timur memaksa untuk melakukan strategi dan inovasi, bahkan tidak sedikit ada yang mengalami krisis atau bahkan berhenti beroperasi. Berdasarkan hasil riset dari beberapa lembaga, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), menunjukkan bahwa situasi pandemi ini menyebabkan UMKM kesulitan melunasi pinjaman, membayar gaji karyawan, membayar tagihan listrik, gas dan lain-lain, bahkan beberapa diantaranya terpaksa harus melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Kendala lainnya yang dialami adalah sulitnya memperoleh bahan baku, permodalan, distribusi dan produksi terhambat, serta konsumen dan omset yang menurun. Kondisi tersebut menjadi ancaman bagi perekonomian nasional, yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan, untuk membangkitkan kembali kondisi ini, diperlukan adanya solusi mitigasi dan pemulihan. Langkah mitigasi jangka pendek nya yaitu adalah dengan menciptakan stimulus pada sisi permintaan mendorong platform digital untuk memperluas kemitraannya. Upaya lainnya yang bisa dilakukan melalui kerjasama dalam pemanfaatan inovasi dan teknologi yang dapat menunjang perbaikan mutu daya saing produk, proses kemasan dan

sistem pemasaran. Dari kondisi tersebut, dapat dilihat bahwa sektor UMKM yang mayoritas pelakunya adalah warga kelas menengah ke bawah sangat berdampak besar akibat pandemi Covid-19. Lalu para pelaku UMKM dituntut harus bisa mencari alternatif lain dan melakukan inovasi-inovasi agar usaha mereka bisa kembali hidup dan berjalan lagi, terlebih lagi adanya aturan terkait pemberlakuan pembatasan kegiatan, tetapi dengan tetap memperhatikan aspek protokol kesehatan. Inovasi adalah sebuah nilai yang signifikan yang dihasilkan dari sebuah perbaikan. Untuk melakukan langkah-langkah strategis tersebut, kita harus bisa memetakan kesempatan dan persaingan pada situasi pandemi, diantaranya yaitu memanfaatkan dari adanya teknologi digital. Berdasarkan riset dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa, dan dengan angka 23,4 juta orang yang menggunakan internet di wilayah Jawa Timur. Hal itu menunjukkan bahwa kegiatan jual-beli secara digital sangat mempunyai peluang yang besar

Peran dari anak muda dibutuhkan pada saat situasi seperti ini, anak muda yang kreatif, yang inovatif dan solutif, tentu harus bisa menjadi tonggak perubahan untuk menciptakan suatu karya atau ide-ide yang dapat menjadikan hidup lebih baik. Anak muda juga harus bisa melihat suatu masalah menjadi celah untuk dapat membuat suatu karya atau solusi yang bermanfaat bagi lingkungannya secara khusus. Berdasarkan hasil rilis Sensus Penduduk Februari-September 2020 dari Badan Pusat Statistik (BPS), bahwa jumlah penduduk Indonesia didominasi usia muda, yaitu dengan jumlah generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94% dari total seluruh populasi penduduk di Indonesia, sedangkan jumlah generasi millennial sebanyak 69,38 juta jiwa penduduk atau sebesar 25,87%. Generasi Z merujuk pada penduduk yang lahir pada kurun periode tahun 1997-2012, sementara itu generasi millennial merujuk pada penduduk yang lahir pada tahun 1981-1996. Sebagai anak muda yang lebih memahami dan berinteraksi secara intens dengan teknologi, inovasi itu bisa dilakukan dengan mencoba mengkolaborasi antara ekonomi dan juga teknologi, mulai dari mempromosikan lewat media sosial hingga melakukan kerjasama dengan platform digital agar usaha UMKM tersebut bisa dipesan secara online.

Mulai awal masuknya pandemi kita bisa mengubah kondisi tata ruang di tempat area usaha, mulai dari tidak menyediakan makan ditempat, mengingatkan konsumen agar selalu menjaga protokol kesehatannya, hingga menyediakan *hand sanitizer* untuk pembeli. Jika diperlukan, untuk lebih meningkatkan omset penjualan, kita bisa membuka layanan pesanan secara online serta melakukan kegiatan promosi seperti melalui media Whatsapp dan Instagram. Bukan hanya anak muda dan masyarakat saja yang harus mengambil peran untuk mempertahankan UMKM di tengah pandemi, melainkan peran dari pemerintah juga harus bisa berkontribusi agar UMKM terus bertahan di situasi yang sulit seperti ini. Ada banyak hal yang sudah dan bisa dilakukan pemerintah, yaitu diantaranya adalah membuat kebijakan yang mendukung bagi UMKM serta mengalokasikan dana bantuan, insentif, dan subsidi bagi para pelaku UMKM, bukan hanya sekedar memberikan, melainkan juga perlu adanya pengawasan dalam proses penyalurannya itu, agar apa yang dialokasikan itu bisa tepat sasaran dan tidak disalahgunakan, selain itu pemerintah juga bisa melakukan pendampingan, memberikan pelatihan dan juga mempermudah akses perizinan bagi pelaku usaha UMKM. Pada akhirnya, manusia memang harus siap dalam menghadapi situasi apapun, terlebih dalam menghadapi situasi yang sulit untuk diprediksi. Alhasil kita dituntut untuk bisa beradaptasi, dituntut untuk hidup berdampingan dengan situasi pandemi. Semua elemen masyarakat tentu harus tetap bekerja sama, harus tetap berkolaborasi demi memerangi dan menghadapi situasi pandemi.

### **Deskripsi Kegiatan**

Pada tanggal 31 Maret 2020, Presiden Joko Widodo menandatangani Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020, yang mengatur tentang pembatasan sosial berskala besar sebagai bentuk respons terhadap penyebaran virus Covid-19. Peraturan ini berisi mengenai kemungkinan pemerintah daerah untuk membatasi pergerakan orang dan barang masuk-keluar dari daerah masing-masing, dengan syarat telah mendapatkan izin dari Kementerian Kesehatan. Peraturan tersebut juga menyebutkan bahwa pembatasan kegiatan yang dapat dilakukan adalah meliputi kegiatan pembelajaran di sekolah, universitas dan lembaga pendidikan lainnya, juga dengan pembatasan kegiatan di tempat kerja, kegiatan keagamaan, dan atau

pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Pada saat yang sama, Presiden menekan Keppres (Keputusan Presiden) Nomor 11 Tahun 2020, yang menyatakan bahwa Pandemi Covid-19 sebagai bencana nasional. Pembuatan kedua peraturan tersebut didasarkan pada Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan, yang mengatur ketentuan mendasar untuk Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Wilayah yang pertama kali menerapkan PSBB yaitu Provinsi DKI Jakarta, usulan ini disetujui pada 06 April 2020 dan diterapkan empat hari setelahnya, yang kemudian pembatasan ini berlaku selama dua minggu. Penerapan pembatasan ini juga diberlakukan pada seluruh moda Transportasi publik, yakni KRL Commuter Line, MRT Jakarta, Transjakarta dan lain-lain. Setelah pemberlakuan ini diterapkan di Jakarta, pembatasan ini kemudian diikuti oleh wilayah-wilayah lainnya. Wilayah Jawa Timur sendiri mulai disetujui menerapkan PSBB pada tanggal 21 April 2020, penerapan pertama kali dilakukan di wilayah Kota Surabaya, Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Gresik atau disebut juga dengan wilayah Surabaya Raya, dan kemudian akibat lonjakan kasus yang terus meningkat, daerah Jawa Timur terpaksa memperluas cakupan wilayah pembatasan. Namun, kini peraturan tersebut terus mengalami perubahan, bukan hanya isi dari peraturannya, melainkan juga istilah-istilah yang digunakannya, seperti : PSBB Transisi, PPKM Jawa-Bali, PPKM Mikro, PPKM Darurat, PPKM Level.

Dengan adanya kegiatan pembatasan tersebut, tentu membuat pergerakan kegiatan masyarakat menjadi terbatas, tak terkecuali pada kegiatan usaha UMKM. Kegiatan usaha kalangan menengah kebawah ini menjadi terbatas karena pemerintah menetapkan beberapa peraturan yang mengatur pembatasan kegiatan operasional bagi pelaku UMKM, yang meliputi kegiatan di pusat perbelanjaan, pasar tradisional, dan beberapa restoran rumah makan. Ada beberapa peraturan yang mengatur soal operasional UMKM dan warung makan selama PSBB berlangsung, diantaranya yaitu membatasi jumlah pengunjung, tidak diizinkan untuk makan ditempat (*dine in*) bagi rumah makan atau restoran, hanya memperbolehkan membawa pulang makanannya (*drive thru*), membatasi jam operasional hanya sampai pukul 19:00. Kondisi tersebutlah yang membuat pelaku UMKM menjadi sangat berdampak, tak terkecuali juga UMKM milik orang tuanya. UMKM yang orangtua saya jalankan yaitu bergerak dibidang kuliner, lebih

tepatnya yaitu makanan khas dari Jawa Timur, Pecel Lele. Orangtua membuka usaha kuliner di rumah sudah hampir mendekati 5 tahun lama nya, tentu sudah banyak berbagai ujian dan tantangan yang dihadapi. Hingga pada akhirnya tantangan situasi pendemo saat ini pun datang. Kondisi pandemi yang terjadi saat ini, tentu mengubah semua aktivitas ekonomi UMKM di berbagai sektor lini, saya pun sebagai anak muda tentu harus mulai mencari solusi yang inovatif agar UMKM keluarga saya bisa terus bertahan dan berjalan dalam menghadapi situasi pandemi ini. Sebagai mahasiswa yang kesehariannya belajar secara virtual dan membantu usaha kuliner orangtua di rumah, tentu saya tidak bisa hanya berdiam diri melihat usaha kuliner orang tua saya yang semakin sepi dan menurunnya omset akibat pandemi, maka dari itu saya berpikir bagaimana usaha ini bisa kembali ramai oleh pembeli, namun dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Kegiatan ini sudah kami lakukan lebih dari 1 tahun yang lalu, kami pun mulai memikirkan bagaimana cara nya agar UMKM keluarga kita ini bisa bertahan di masa pandemi. Bukan hanya memikirkan bagaimana omset penjualannya itu tetap stabil, tetapi tidak luput juga bagaimana protokol kesehatan itu agar tetap terjaga.

Pada awal pandemi masuk dan mulai menyebar ke berbagai wilayah di Indonesia, usaha UMKM saya pun mulai merasakan dampaknya, mulai dari sepi nya pembeli, penurunan omset, hingga rasa khawatir untuk berbelanja ke pasar karena kasus angka penyebaran semakin terus meningkat, terlebih lagi lokasi tempat tinggal dan tempat UMKM keluarga saya yang termasuk dalam kategori zona merah. Namun pada akhirnya, saya pun mulai mendapatkan ide dan terobosan yang cukup bisa menggerakkan roda ekonomi UMKM keluarga saya. Ide tersebut saya dapatkan ketika saya melihat salah satu restoran cepat saji yang menerapkan penjualan secara online dan juga menyajikan menu yang sangat variatif, hal tersebut langsung terlintas dalam pikiran saya untuk mencoba menerapkannya di tempat UMKM orangtua saya. Langkah awal yang kami lakukan yaitu memulai dengan memasang alat promosi yang dapat menarik pembeli atau konsumen, alat promosi tersebut ialah banner dan spanduk yang baru dengan warna yang mencolok bertuliskan menu dengan harga yang promotif, dengan menuliskan kontak informasi atau nomor telepon pemesanan. Kemudian karena kondisi yang berdampingan dengan penyebaran virus, kami pun melakukan perubahan pada tata

kelola tempat UMKM orangtua saya, yaitu menutup ruko makan ditempat di dalam ruangan, memberikan sedikit meja untuk makan di depan, sehingga konsumen bisa makan ditempat tetapi dengan kapasitas yang tidak terlalu banyak, tidak lupa juga kami menyediakan tempat cucian tangan dengan air mengalir dan sabun cuci tangan, tidak lupa juga untuk selalu memakai masker dan memberanikan diri untuk menegur konsumen yang tidak memakai masker, bukan hanya itu, kami pun juga menyediakan *hand sanitizer* secara gratis ditempat untuk bisa digunakan oleh konsumen yang datang, sehingga kami tetap bisa menjaga protokol kesehatan selama kegiatan jual beli dilakukan.

Inovasi selanjutnya yang kami lakukan yaitu mencoba untuk membuat menu masakan yang lebih variatif namun tetap identik dengan olahan masakan Pecel lele. Menu yang biasa kita temui di warung-warung Pecel lele pada umumnya hanya menjual atau menyediakan lele goreng, ayam goreng dan juga bebek goreng dengan sambal tomat yang menjadi ciri khas tersendiri dari usaha Pecel lele. Tetapi usaha yang kami jalankan, mencoba untuk membuat beberapa menu yang sangat variatif dan sedikit kemungkinan yang menyediakannya di warung-warung Pecel lele kebanyakan, menu-menu tersebut diantaranya yaitu ayam bakar, ayam paket, lele bakar, bebek bakar, masakan olahan cumi dengan sambal matah, kerang, jengkol, olahan ikan asin, kikir, dan beberapa olahan masakan lainnya, bukan hanya perihal menu-menu masakan yang variatif, tetapi juga kami mencoba membuat olahan sambal yang variatif, seperti sambal ijo, sambal geprek, sambal terasi dan juga sambal matah. Beberapa olahan tersebut kami buat untuk lebih menarik konsumen dan berharap dapat mendongkrak kembali omset penjualan. Setelah melakukan inovasi berupa alat promosi, tata kelola tempat dan juga olahan masakan, kami juga melakukan strategi promosi ke berbagai kanal-kanal media komunikasi, diantaranya melalui aplikasi Whatsapp dan juga Instagram, kamipun telah mendaftarkan UMKM ini ke media platform aplikasi pesanan online, sehingga bisa menjangkau konsumen yang lebih banyak dan lebih besar. Dengan situasi pandemi yang membuat sebagian orang khawatir untuk keluar rumah, serta peran teknologi yang berkembang semakin pesat, inovasi ini bisa dilakukan bagi beberapa UKM yang mungkin penjualan secara *offline* omsetnya mengalami penurunan, strategi penjualan secara online saat ini dinilai cukup efektif untuk membangkitkan

ekonomi UMKM. Berdasarkan data hasil riset dari We Are Social periode April 2021 bahwa aktivitas jual beli secara online (*e-commerce*) di Indonesia adalah tertinggi di dunia, dengan persentase 88,1, diikuti dengan negara Inggris yang menempati posisi kedua dengan 86,9%, lalu Filipina sebesar 86,2%. Data tersebut bisa menjadi acuan dan sekaligus menandakan bahwa Indonesia menjadi pasar yang sangat menjanjikan bagi pelaku usaha digital (*e-commerce*). Untuk itu kita sebagai anak muda khususnya, harus bisa mempunyai peran penting untuk meningkatkan roda ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dengan kolaborasi dan kerjasama antar masyarakat, anak muda dan juga pemerintah kita bisa berharap lagi membangkitkan ekonomi dengan situasi yang baru seperti ini (*New Normal*).

### **Metode Inovasi**

Metode kegiatan yang saya lakukan adalah menggunakan metode dengan cara-cara yang inovatif dan mengkolaborasikan antara ekonomi dengan teknologi. Sebagai salah satu contoh inovasi yang dilakukan adalah:

- (i). Menggunakan media alat promosi banner dan spanduk dengan tulisan dan warna yang menarik
- (ii). Melakukan perubahan tata kelola ruang usaha
- (iii). Menyediakan fasilitas cuci tangan dengan sabun dan air mengalir, serta menyediakan handsanitizer gratis
- (iv). Melakukan inovasi menu makanan yang lebih variatif
- (v). Melakukan promosi, memasarkan dan melayani pemesanan secara online

### **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian baik yang dilakukan, Orang tua saya membuka usaha UMKM Pecel lele ini sudah hampir 5 tahun lama nya, dengan tempat yang terus berpindah-pindah. Perjalanan yang cukup lama ini, tentu banyak momen-momen yang saya ingat dari awal pertama kali merintis usaha Pecel lele. Kami membuka usaha Pecel lele ini tentu telah mengalami perjalanan naik turun dalam berusaha, tiga kali pindah tempat dan berkali-kali mengalami kegagalan karena belum menemukan ramuan dan strategi yang pas agar usaha ini bisa berkembang dan terus berjalan, dengan omset yang pada awal membuka usaha ini tidak terlalu

signifikan jumlahnya. Jumlah omset pada pertama kalinya yaitu hanya sekedar balik modal dan untuk makan sehari-hari, tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan biaya sekolah dan lain-lain. Pada waktu itu, ayam hanya habis tidak sampai 10 ekor dalam sehari, bahkan pernah juga ayam hanya habis sekitar 7 ekor saja dalam sehari. Perjalanan tak mulus itulah yang sering kita hadapi sewaktu menjalankan usaha UMKM Pecel lele ini. Sampai tiba masanya ketika memasuki era normal yang baru (*New Normal*) dan harus juga menghadapi masalah yang tak biasa kita jumpai dan prediksi sebelumnya, yaitu situasi pandemi virus Covid-19.

Situasi ini pada awalnya sangat menyulitkan keberlangsungan roda perekonomian UMKM keluarga saya, situasi yang mengharuskan tidak berkumpul di dalam keramaian serta situasi yang mengharuskan untuk memperhatikan protokol kesehatan. Situasi ini juga sangat berdampak bagi kehidupan sehari-hari, yang kembali menambah kesulitan bagi usaha kami. Ketika wabah pandemi ini datang dan terus mengalami pertumbuhan kasus, kami sempat menutup usaha UMKM selama beberapa hari, langkah itu kami lakukan agar keselamatan dan kesehatan keluarga bisa terjaga dan terjamin keberlangsungannya. Kemudian pada akhirnya kami pun harus membuka usaha tersebut, karena demi mendapatkan penghasilan dan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sempat ada rasa khawatir dan juga was-was, mengingat lonjakan kasus yang semakin hari semakin terus meningkat, situasi pandemi seperti ini juga membuat kami berpikir ulang atau memutar otak untuk bisa mempertahankan usaha UMKM ini di masa pandemi. Pada awal-awal situasi pandemi tahun lalu, kami hanya bisa menjual ayam tak sampai lebih dari 5 ekor, dan lele pun juga tak sampai dari 3 Kg, hal itulah yang menjadi situasi terburuk atau penjualan terendah selama UKM Pecel lele ini dilakukan. Kondisi tersebutlah yang membuat kami merasa sangat terdampak akibat penyebaran virus Covid-19. Lalu hingga tiba pada saatnya, saat kami melakukan beberapa inovasi dan terobosan, yang meskipun dengan modal usaha dengan harus meminjam kesana kemari untuk dapat menambah modal berusaha. Setelah beberapa bulan berjalan, dengan beberapa inovasi dan terobosan yang dilakukan, kami pun sedikit demi sedikit mulai mendapatkan hasilnya. Omset penjualan nya semakin hari semakin membaik, meskipun kenaikannya tidak terlalu signifikan, akan tetapi kami sangat bersyukur bahwa inovasi dan terobosan yang

kami lakukan itu berhasil. Semula yang hanya mampu membuat atau menghabiskan ayam tidak sampai dari 5 ekor dalam sehari, kini kenaikannya bisa sampai menjadi 7 kali lipat, atau setara dengan bisa menghabiskan ayam 35 sampai 40 ekor dalam sehari, namun dengan catatan kenaikannya tidak langsung serta merta naik menjadi sebanyak itu, melainkan ada tahapan dan terus bertingkat di setiap waktunya. Ikan lele yang pada awal masuk pandemi datang, hanya menghabiskan tidak kurang dari 3 Kg sehari, kini mengalami kenaikan hingga 7 Kg dalam sehari. Bukan hanya ayam dan lele saja yang berperan meningkatkan omset penjualan, melainkan ada menu-menu baru yang inovatif dan juga berperan disitu. Alhasil pendapatan atau omset yang didapat mengalami peningkatan, yang semula hanya mendapatkan keuntungan bersih 50-150 ribu rupiah sehari, kini kami mendapatkan keuntungan laba bersih sekitar 300-500 ribu rupiah dalam sehari. Dengan rincian sebagai berikut :

#### **Menu Ayam :**

Harga 1 ekor dari tempat pemotongan ayam yaitu Rp. 30.000, kemudian dari 1 ekor itu kita potong menjadi 4 bagian, dan kita jual per potongnya Rp. 13.000, di setiap 1 potong ayam akan mendapatkan lalapan dan sambal. Maka  $Rp. 13.000 \times 4 = Rp. 52.000$ . Jika total secara umum kita bisa memotong sampai 35 ekor sehari, maka  $35 \text{ ekor} \times 4 \text{ potong} = 140 \text{ potong}$ ,  $140 \times Rp. 13.000 = Rp. 1.820.000$ .

Dengan modal  $Rp. 30.000 \times 35 = Rp. 1.050.000$  dan Harga lalapan 1 bungkusnya  $Rp. 2.000 \times 140 \text{ Potong} = Rp. 280.000 + \text{Sambal } Rp. 2.000 \times 140 = Rp. 280.000$ . Maka total modal yang diperlukan  $Rp. 1.050.000 + Rp. 280.000 + Rp. 280.000 = Rp. 1.610.000$ .

Maka keuntungan (laba) yang didapat dari hanya menu masakan ayam sekitar **Rp. 210.000**.  
(Belum termasuk ati ampela dan kepala)

#### **Menu Lele :**

Harga 1 Kilogram lele di pasar sebesar Rp. 22.000, dengan isi 6 ekor lele per kilo, jika total secara umum kita menghabiskan 7 Kilogram lele, maka membutuhkan sekitar 42 ekor lele. Dengan modal awal  $Rp. 22.000 \times 7 \text{ Kilogram lele} = Rp. 154.000$ . Lalu kita jual dengan harga per ekor Rp. 10.000, maka  $Rp. 10.000 \times 42 \text{ ekor lele} = Rp. 420.000$ .

Di setiap 1 ekor lele akan mendapatkan lalapan 1 bungkusnya  $Rp. 2.000 \times 42 \text{ ekor lele} = Rp. 48.000$  dan sambal dengan rincian  $Rp. 2.000 \times 42 \text{ ekor lele} = Rp. 48.000$ . Total modal yang diperlukan  $Rp. 154.000 + Rp. 48.000 + Rp. 48.000 = Rp. 250.000$

Maka keuntungan (laba) yang didapat dari hanya menu masakan lele adalah sekitar **Rp. 170.000**

#### **Menu Bebek :**

Harga 1 ekor bebek di pasar sekitar Rp. 60.000, kemudian dari 1 ekor itu kita potong menjadi 4 bagian, dan kita jual per potongnya Rp. 22.000. Maka  $Rp. 22.000 \times 4 = Rp. 88.000$ . Jika total secara umum kita bisa memotong sampai 5 ekor sehari, maka  $5 \text{ ekor} \times 4 \text{ potong} = 20 \text{ potong}$ ,  $20 \times Rp. 22.000 = Rp. 440.000$

Dengan modal  $Rp. 60.000 \times 5 = Rp. 300.000$  dan Harga lalapan 1 bungkusnya  $Rp. 2.000 \times 20$  Potong =  $Rp. 40.000 + \text{Sambal } Rp. 2.000 \times 20 = Rp. 40.000$ . Maka total modal yang diperlukan  $Rp. 300.000 + Rp. 40.000 + Rp. 40.000 = Rp. 380.000$ .

Maka keuntungan (laba) yang didapat dari hanya menu masakan bebek sekitar **Rp. 60.000**. (Belum termasuk ati ampela dan kepala)

Hal ini yang menjadikan keuntungan (laba) atau pemasukan terbanyak dalam perjalanan UMKM ini berdiri. Jika dijabarkan atau dijelaskan secara rinci, maka omset penjualan ini mengalami pertumbuhan setiap waktunya, meskipun dengan tempo yang tidak terlalu cepat. Tempat kami berusaha pun sudah berbeda dari dulu pertama kita memulainya, dulu yang awalnya hanya memakai terpal dan meja seadanya, dan bahkan harus bongkar pasang pula karena tempat itu bergantian dengan usaha UMKM yang lain. Kini kami pun bisa menempati dan menyewa ruko untuk berjualan, dengan tempat yang lebih nyaman dan lebih bersih. Bahkan kami pun bisa memiliki karyawan agar bisa membantu usaha yang kami jalankan ini. Kami pun sangat bersyukur karena bisa bertahan dan justru mengalami lompatan yang sangat signifikan dalam hal omset penjualan. Inovasi-inovasi yang kita lakukan tentu tidak selamanya berjalan mulus, akan ada satu fase atau resiko tersendiri untuk bagaimana inovasi ini berjalan. Salah satu tantangan atau resiko secara garis besar yang sering kita temui yaitu bahwa modal dan kesempatan untuk berinovasi adalah tantangan utama untuk memulai inovasi ini. Modal berfungsi sebagai langkah pertama untuk membuka langkah-langkah selanjutnya dan kesempatan berinovasi adalah peluang dalam melihat situasi yang belum pernah terpikirkan oleh orang lain. Mungkin yang masih menjadikan kendala bagi UMKM dalam berinovasi adalah kurangnya modal yang dimiliki, akan tetapi jikalau kesempatan dalam berinovasi saya meyakini bahwa UMKM atau setiap personal mempunyai itu semua. Penting bagi pemerintah untuk mengambil peran membantu UMKM, dengan persentase yang sudah dijelaskan di bagian latar belakang diatas tadi, tidak hanya pemerintah yang dapat berperan penting akan tetapi anak-anak muda juga bisa mengambil peran untuk UMKM. Terlebih lagi dengan

memanfaatkan anak muda yang mengerti dan memahami penggunaan teknologi, itu menjadi salah satu modal pengganti selain modal yang bersifat materil

### **Pembelajaran**

Dalam suatu usaha, bisnis ataupun membangun dan bekerja menjadi wirausaha adalah peluang atau kesempatan bagi siapapun yang memiliki keberanian dan ide-ide yang cemerlang, berwirausaha tidak hanya membutuhkan keberanian dan modal yang melimpah saja, melainkan harus memiliki kepekaan terhadap apa yang terjadi, mempunyai gerak-gerik yang responsif dalam menyikapi di setiap situasi yang terjadi di lingkungannya. Situasi pandemi Covid-19 tentu merupakan ancaman dan sekaligus sebagai tantangan bagi para siapapun yang menghadapi dan bagi siapapun yang merasakan, bukan hanya menjadi tantangan dan ancaman bagi kesehatan, melainkan bagi bidang-bidang yang terkena dampaknya. Salah satu sektor yang paling krusial terkena dampak yaitu pada aspek kegiatan di sektor ekonomi, karena hal ini menjadi sektor yang esensial bagi masyarakat dalam hal mencari nafkah, faktor yang sangat sentral bagi kelangsungan hidup pribadi dan keluarganya, lebih spesifik mengenai kegiatan UKM masyarakat. Secara garis besar, UKM mempunyai peran yang sangat strategis bagi roda perekonomian di Indonesia, salah satu perannya yaitu karena mampu menciptakan lapangan kerja dan menyumbangkan nilai tambah bagi ekonomi. Kini para pelaku UMKM sendiri bukan hanya dijalankan dan diperankan oleh orang-orang dewasa saja, melainkan anak-anak muda juga turut andil dalam mengambil bagian berusaha mikro kecil dan menengah. Posisi UMKM juga dapat menciptakan ekosistem yang sehat, akses usaha yang dilakukan juga lebih bisa merata secara geografis dan memiliki mobilitas yang tinggi. Sehingga UMKM bisa dengan cepat mencapai ke semua golongan yang ada.

Perlu untuk dicermati dan diakui bahwa, pandemi telah mengajarkan kita banyak hal mengenai komplikasi-komplikasi atau kekurangan yang ada disekitar kita, tantangan yang paling utama dan nyata yaitu bagaimana sikap kita untuk menghadapi dan mempunyai mitigasi secara baik agar dampak yang ditimbulkan tidak terlalu membuat kita semakin parah. Untuk bisa mengatasi dan mencoba meminimalisir kerugian yang lebih banyak, terutama bagi pelaku umkm yaitu

dengan tetap tenang dan terus sembari menemukan ide-ide yang inovatif agar apa yang kita harap dan kita tujukan akan tercapai sesuai dengan harapan. Situasi Covid banyak menunjukkan mengenai turbulensi-turbulensi yang ada di lingkungan negara, kota, desa bahkan di lingkungan keluarga. Turbulensi ini menunjukkan bahwa kita masih belum siap dan masih gegap gempita dalam mengatasi hal-hal yang tak terduga, hal-hal yang dianggap remeh temeh sebelum pandemi datang, kini mempunyai makna dan arti yang sangat penting bagi kita. Jika berbicara mengenai ekonomi, lebih spesifiknya mengenai ekonomi UMKM, para pelaku usaha UMKM memang pada dasarnya mempunyai sikap dan mental yang inovatif, mempunyai personal yang berani untuk mengambil resiko, terlebih lagi UKM mempunyai peran penting bagi roda perekonomian di Indonesia. Di Tengah situasi sulit seperti ini, kesulitan-kesulitan yang terus datang bergantian, seperti halnya penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, hingga produksi yang menurun dan PHK pekerja yang terus menggema, maka mau tidak mau para pelaku usaha harus memutar otak, harus memikirkan bagaimana usahanya terus berjalan dan juga secara bersamaan, bagaimana protokol kesehatan itu harus tetap dijalankan. Para pelaku usaha UMKM juga dipaksa untuk melihat sedikit peluang atau bahkan beberapa peluang yang berada di situasi yang serba kesulitan. Namun situasi yang serba sulit bukan berarti tidak ada celah atau peluang untuk berubah, pastinya di setiap peristiwa terdapat hikmah tersendiri didalamnya. Seperti apa yang ada tertuang didalam Kitab suci Al-Qur'an Surat Al-Insyirah ayat 5, yang mengandung arti : "Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu pasti ada kemudahan", hal inilah yang membuat saya secara pribadi untuk tetap optimis dan terus berikhtiar agar kembali mendapatkan kehidupan yang mudah dan lebih baik dari sebelumnya.

Sebagai seorang pengusaha atau pelaku UMKM, kita memang harus mempunyai berbagai macam seribu cara untuk terus berinovasi dalam membuka peluang untuk terus tetap menghidupkan usaha yang kita kerjakan, peluang atau kesempatan itu tidak hanya datang dari situasi atau keadaan yang bagus dan menggembirakan, akan tetapi ide-ide inovatif itu bisa juga muncul di situasi yang sulit, di situasi yang terpojok dan bahkan di dalam ruang lingkup yang gelap. Anak-anak muda yang kini cukup banyak berkecimpung di dunia usaha UMKM dan

cukup familiar dengan dunia digital, maka diharapkan lebih mampu untuk memberikan akses terhadap ide-ide inovatif yang diciptakan, anak-anak muda yang bisa memulainya pada lingkungan di sekitar. Dengan adanya pandemi, tentu tidak memungkinkan untuk berada di situasi yang penuh dan berkerumun, dan mungkin sebagian dari seseorang telah banyak melakukan belanja online untuk lebih aman dan tanpa takut khawatir terkena Covid-19. Maka dengan berpindahnya atau bertransformasi nya kegiatan konsumen di pasaran, para pelaku UMKM juga harus merubah kegiatannya menjadi ke ranah dunia digital (*Marketplace*). Tempat-tempat perekonomian usaha, kini bukan hanya ada di Pasar, Swalayan, Toko dan tempat-tempat offline lainnya, melainkan tempat-tempat tersebut kini sedikit berpindah ke ranah dunia digital. Era yang dimana dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja atau membeli produk yang diinginkan. Dari analisis diatas menunjukkan bahwa situasi pandemi Covid-19 telah memberikan dampak negatif bagi sektor ekonomi, terkhusus pada sektor UMKM, dengan dampak yang terbesar ialah pada penurunan omset penjualan sehingga perlu adanya upaya perubahan perilaku untuk memasarkan suatu produk UMKM yaitu dengan menggunakan cara pemasaran digital, ataupun bisa juga memanfaatkan melalui media marketplace seperti Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Grabfood dan Gofood. Permasalahan selanjutnya yaitu UMKM kesulitan untuk mendapatkan bahan baku dan permodalan, maka dari itu dibutuhkan kerja sama dan sinergi yang baik antara pelaku UMKM dengan Instansi pembina UMKM, guna mendapatkan bahan baku dan permodalan dengan bunga yang ringan. Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah serta BUMN harus menjadi *buffer* dalam ekosistem usaha UMKM terutama dalam masa pemulihan ekonomi.

Pesatnya pertumbuhan industri financial technology dapat menjadi salah satu alternatif permodalan bagi UMKM. Kehadiran fintech ini dapat memberikan solusi kepada masyarakat yang tidak terjangkau pinjaman dari bank karena disebabkan tidak memenuhi kriteria perbankan dan perusahaan pembiayaan. Terdapat beberapa rekomendasi yang bisa diberikan untuk mengatasi hal tersebut, diantaranya yaitu UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran, UMKM juga harus fokus pada kebutuhan konsumen yang sedang diminati dan dicari lewat media *marketplace*. Selalu berinovasi dan kreatif dalam produk maupun layanan yang

sesuai dengan perubahan perilaku konsumen, merencanakan ulang pendapatan dan biaya dengan melakukan efisiensi dan memanfaatkan teknologi, UMKM juga dapat mengembangkan jejaring, saling bantu usaha satu dengan lainnya. Permodalan fintech juga dapat menjadi alternatif dalam memperluas akses permodalan. Dalam menjalankan bisnis UKM, strategi pemasaran juga menjadi salah satu faktor penting guna menaikkan kembali omset penjualan, interpretasi kewirausahaan dalam pemasaran yaitu meliputi ; Orientasi konsumen berhadapan dengan orientasi inovasi, perubahan dalam berinovasi juga dipicu oleh eksistensi ide baru dan tekanan yang kompetitif. Selanjutnya, kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan produk atau jasa, yaitu kegiatan berupa pemasaran dari seorang pelaku usaha yang berhasil dan melalui kegiatan penelitian yang hati-hati tentang kebutuhan konsumen. Dengan beberapa permasalahan dan solusi yang sudah disebutkan tadi, anak muda punya peran untuk melakukan itu, anak muda juga sebagai generasi yang telah mengenal dan menggunakan teknologi digital, maka akses untuk melakukan itu akan semakin mudah untuk dilakukan. Dengan terus mengikuti pelatihan dalam berwirausaha dan terus mencoba melakukan inovasi, maka anak-anak muda ini akan bisa melakukan hal-hal yang mendukung kemajuan usaha UMKM di masa dan pasca pandemi.

### **Implikasi Kebijakan**

Kesuksesan dan keberhasilan dari UMKM yaitu salah satunya dengan adanya kebijakan yang dilakukan Pemerintah, baik di pusat maupun di daerah. Kebijakan yang dibuat dan dilakukan mendorong dan mendukung sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan para pelaku UMKM. Kebijakan yang pro terhadap UMKM sangat memudahkan keberlangsungan berjalannya bisnis UKM. Kini, sudah banyak beberapa produk kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah, yang berisikan kemudahan dalam berusaha, contoh-contoh beberapa produk legislasi maupun kebijakan yang dibuat pemerintah secara umum dalam upaya mendukung keberlangsungan usaha UMKM, diantaranya :

- a. Pemerintah telah menyediakan insentif dukungan bagi UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) di tahun 2020, yang kemudian dilanjutkan pada tahun 2021. Realisasi PEN ini ditujukan untuk

mendukung UMKM sebesar Rp. 112,84 triliun, dan telah dinikmati oleh lebih dari 30 juta UMKM pada tahun 2020. Sementara untuk tahun 2021, Pemerintah telah mengalokasikan alokasi PEN dengan dana sebesar Rp. 121,90 triliun.

- b. Pemerintah telah melakukan upaya untuk mendorong para pelaku UMKM untuk *on board* ke platform digital, melalui Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), yang pada akhir 2020 sudah terdapat 11,7 juta UMKM *onboarding*. Kemudian diharapkan agar pada tahun 2030 mendatang, jumlah UMKM yang *go digital* akan mencapai 30 juta.
- c. Pemerintah telah mendorong perluasan ekspor produk Indonesia melalui kegiatan ASEAN *Online Sale Day* (AOSD) di tahun 2020.
- d. Pemerintah juga melakukan upaya untuk mendorong UMKM bertransformasi dari sektor informal ke sektor formal. Karena berdasarkan data yang ada, dari 64,19 UMKM di Indonesia, sebanyak 64,13 juta masih merupakan UMKM yang berada di sektor informal.
- e. Pemerintah telah mengesahkan Undang-Undang Cipta Kerja yang didalamnya terdapat pasal-pasal yang mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM. Karena selama ini Indonesia masih dinilai mempunyai permasalahan perizinan yang rumit, dengan banyaknya regulasi pusat dan daerah atau hiper-regulasi di berbagai sektor yang menyebabkan disharmoni, tumpang tindih, tidak operasional dan sangat bersifat sektoral
- f. Pemerintah telah membuat Peraturan Menteri, yakni Peraturan Menteri Keuangan Nomor 65/PMK.05/2020 yang kemudian diperbarui dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 85/PMK.05/2020. Peraturan ini mengatur tentang Restrukturisasi kredit terhadap UMKM, yang kemudian digolongkan dalam dua kelompok kebijakan, yakni Restrukturisasi kredit UMKM dan kredit modal kerja.

Program Restrukturisasi kredit UMKM ini dilakukan dengan ; 1. Relaksasi penilaian kualitas aset, 2. Penundaan pokok dan subsidi bunga, 3. Kredit modal kerja berbunga murah, 4. Penjamin kepada Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) dan Jaminan Kredit Indonesia (Jamkrindo). Skema penjaminan kredit modal kerja UMKM telah diatur melalui Peraturan Menteri Keuangan

Nomor 71/PMK.08/2020. Program ini juga dilakukan berdasarkan relaksasi penilaian aset dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020 dan 14/POJK.05/2020.

- g. Pemberian insentif PPh final UMKM ditangguh Pemerintah, dengan PPh final tarif 0,5% (sesuai PP 23/2018). Insentif pajak untuk UMKM ini juga diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 44/PMK.03/2020 yang kemudian diperbarui dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020.
- h. Pemerintah telah melakukan pemberian banpres produktif usaha mikro (BPOM), sebesar Rp. 600 ribu perbulan selama 4 bulan, dengan 2,4 juta tiap penerima. Bantuan ini diberikan kepada 12 juta pelaku usaha mikro yang tidak sedang menerima kredit perbankan.
- i. Menaikkan target penerima manfaat kartu pra kerja menjadi kurang lebih 5,6 juta orang dengan prioritas pekerja yang ter-PHK serta pelaku UMKM yang terdampak, dengan total anggaran Rp. 20 triliun.

Contoh beberapa produk legislasi maupun kebijakan yang dibuat pemerintah dalam aspek dunia digital atau digitalisasi UMKM, diantaranya :

- a. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi & Usaha Kecil dan Menengah, berkolaborasi dengan beberapa platform digital, yakni tanihub, sayurbox, ekosis, dan modal rakyat. Ekosistem digital ini diharapkan dapat membangun dan menjangkau hulu hingga hilir.
- b. Kemenkop UKM bekerja sama dengan Smesco Indonesia, dan mengeluarkan program E-Brochure. Program ini juga bertujuan untuk menjadi wadah pemasaran produk UMKM secara digital
- c. Melakukan kebijakan Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (ETPD) yang mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan menerapkan prinsip transparansi, akuntabel, tata kelola yang baik (*good governance*), dan integrasi sistem pengelolaan keuangan daerah.

Tentu kebijakan-kebijakan tersebut bukan tanpa masalah, dan tidak dapat membereskan masalah-masalah mendasar bagi sektor UMKM khususnya pada ekosistem berbasis digital, kita semua berharap bahwa pandemi akan segera

berakhir dan kebijakan-kebijakan yang dihasilkan, benar-benar berdampak dan dirasakan langsung oleh para pelaku UMKM.

### Referensi

- Adaptasi dan Inovasi Kunci UMKM Bertahan di Krisis Covid-19, <https://www.merdeka.com/>, diakses tanggal 09 Agustus 2021.
- Agil, Rais, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya", *Jurnal Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis*, Vol. XIII, 2021.
- Aisyah, Kartika, "Analisis Dampak Covid-19 Bagi UMKM di Jawa Timur", *Skripsi*, Institut Teknologi 10 November, 2020
- Chairani, Ikfina, "*Dampak Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Gender di Indonesia*," *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol. 39, 2020.
- "Dana Abadi Mendorong Kemandirian UMKM, Satu Hikmah Pandemi Covid-19", <https://fecon.uii.ac.id/blog/2020/05/30/>, diakses tanggal 15 Agustus 2021
- Handoko, Tri, "Membangkitkan UMKM di Masa Pandemi dengan Inovasi dan Teknologi", *Penelitian Lembaga*, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Bogor, 2020.
- "Kilas Balik Kronologi Munculnya Kasus Pertama Covid-19 di Indonesia", <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/03/02/05300081/>, diakses tanggal 04 Agustus 2021
- Purnomo Hadi, Mas "*UKM Tangguh di Masa Pandemi*" Pidato Semangat dan Spirit Bagi UMKM untuk Eksis Pada Situasi Pandemi.
- Soetjipto, Noer, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*, Cetakan Ketiga, K-Media, Yogyakarta, 2020.
- Tarmo, Agus, "Generasi Muda Sebagai Promotor Bangkitnya UMKM dalam Rangka Meningkatkan Nilai Jual Produk dalam Negeri", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2021.
- Trisnawati, "*Kajian Inovasi Sektor Usaha Kecil Menengah UKM dengan Pendekatan Sistem Dinamis*", *Jurnal Akuntansi Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 4, 2016.

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Karantina Kesehatan, Tambahan Lembaran Negara RI, Nomor 6.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Tambahan Lembaran Negara RI, Nomor 20.

Wijayanto, Komunikasi Politik Kabinet Joko Widodo Selama Pandemi, *Hasil Riset Lembaga*, Lembaga Penelitian Pendidikan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3S), 2020.