

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan UMKM Pasca Pandemi COVID-19 Di Indonesia

Nurul Chotimah^{a,*}, Achmad Nurmandi^b, Helen Dian Fridayani^c

^{a,b,c} Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

*e-mail: nurulchotimah2000@gmail.com

KETERANGAN ARTIKEL

Diajukan:

13 Juni 2024

Direvisi:

24 Januari 2025

Diterima:

07 Maret 2025

Tersedia Online:

13 Maret 2025

***Correspondence Author**

Nama:

Nurul Chotimah

e-mail:

nurulchotimah2000@gmail.com

ABSTRAK

Sebelum COVID-19, hampir semua bisnis mengalami kondisi UMKM yang baik. Namun, saat COVID-19 muncul, keadaan berbalik. Ada 14,1% UMKM menyatakan bahwa kondisi usahanya baik, sementara 56,8% menyatakan bahwa kondisi usahanya buruk. Studi ini berfokus pada pertumbuhan UMKM di Indonesia pasca epidemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif untuk menyelidiki peran UMKM dalam merespons epidemi COVID-19. Analisis ini menggunakan data dari laporan media tahun 2020–2024 dan proyek penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan metode observasi yang merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati dan memahami suatu fenomena dalam konteks penelitian. Pandemi COVID-19 berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM yang berdampak pada peningkatan e-commerce sebesar 27%, peningkatan SDM sebesar 19%, penurunan penjualan sebesar 12%, dan peningkatan adopsi media sosial sebesar 17%. Hasil ini memperlihatkan bahwa pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 dipengaruhi oleh kombinasi dari kinerja UMKM, digitalisasi, kompetensi SDM, adopsi media sosial, literasi keuangan, serta strategi pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: COVID-19; Pandemi; UMKM; Media.

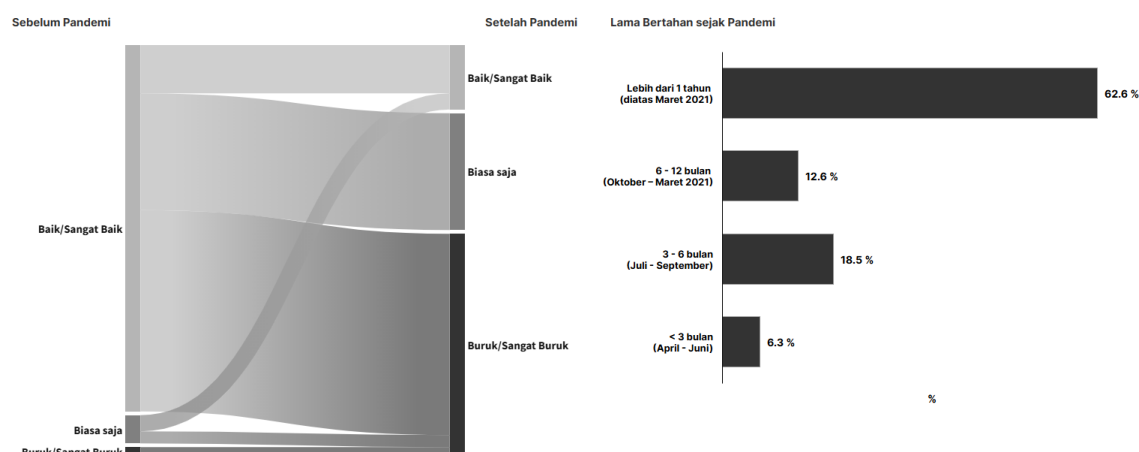
ABSTRACT

Before COVID-19, almost all businesses were doing well with MSMEs. However, when COVID-19 emerged, the situation reversed. There were 14.1% of MSMEs that stated that their business conditions were good, while 56.8% stated that their business conditions were bad. This study focuses on the growth of MSMEs in Indonesia after the COVID-19 epidemic. It uses qualitative research methodology to investigate the role of MSMEs in responding to the COVID-19 epidemic. The analysis used data from media reports from 2020-2024 and previous research projects. This research uses the observation method, which is a data collection method used to observe and understand a phenomenon in the context of the research. The COVID-19 pandemic has significantly impacted the performance of MSMEs with an increase in e-commerce by 27%, an increase in human resources by 19%, a decrease in sales by 12%, and an increase in social media adoption by 17%. These results show that the development of MSMEs after the COVID-19 pandemic is influenced by a combination of MSME performance, digitalization, HR competencies, social media adoption, financial literacy, and effective marketing strategies.

Keywords: COVID-19; Pandemic; MSMEs; Media.

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 melanda hampir seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pandemi COVID-19 memiliki dampak yang luar biasa pada semua aspek kehidupan masyarakat, terutama perekonomian. Bencana ekonomi yang disebabkan oleh pandemi ini tidak sama dengan bencana ekonomi sebelumnya (Hao et al., 2020). Industri mengalami ketidakpastian sejak merebaknya COVID-19. Adanya kebijakan *lockdown* di berbagai negara yang akhirnya mengganggu semua sektor yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan dan perekonomian negara dan masyarakat.



Gambar 1. Kondisi Usaha UMKM

Sumber : Katadata.co.id, 2024

Sebelum COVID-19, hampir semua bisnis mengalami kondisi UMKM yang baik. Namun, saat COVID-19 muncul, keadaan berbalik. Ada 14,1% UMKM menyatakan bahwa kondisi usahanya sangat baik atau baik, sementara 56,8% menyatakan bahwa kondisi usahanya sangat buruk atau buruk (katadata.co.id, 2020). Data juga menunjukkan bahwa 62,6% UMKM masih dapat bertahan hingga Maret 2021, tetapi sekitar 18,5% mengatakan mereka hanya dapat bertahan enam bulan lagi. Sementara itu, 6% UMKM mengatakan mereka hanya dapat bertahan kurang dari tiga bulan dan harus gulung tikar jika kondisi belum membaik (katadata.co.id, 2020). UMKM memainkan peran penting dalam upaya penurunan tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia (Ayodya, 2020). UMKM mampu menyerap tenaga kerja, mengurangi pengangguran, sehingga dianggap sebagai tiang bangunan bagi perekonomian masyarakat golongan menengah dan bawah.

Pelaku UMKM berhasil bertahan dan hanya sedikit terkena dampak resesi ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 saat ekonomi global dan perekonomian Indonesia mengalami resesi (Didiharyono et al., 2022). Selama pandemi COVID-19, UMKM Indonesia mengalami tekanan yang signifikan. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup mereka, mereka mengambil berbagai tindakan. Salah satunya adalah mempercepat transisi UMKM ke era digital. Pandemi COVID-19 mengubah pola konsumsi masyarakat, membuat digitalisasi UMKM menjadi kebiasaan baru di masa depan (Sumarni, 2020). Jika dibandingkan dengan awal pandemi COVID-19, jumlah pelaku UMKM yang sudah menggunakan platform digital cukup meningkat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial membantu pertumbuhan usaha kewirausahaan dan usaha kecil dan menengah (UMKM). Meningkatnya jumlah transaksi jual beli online dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang lebih tinggi (Naimah et al., 2020).

Studi yang dilakukan di Indonesia tentang pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 menemukan beberapa masalah penting yang dihadapi sektor ini seperti pembatasan sosial dan perubahan perilaku konsumen, banyak UMKM mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Hal ini menyebabkan kesulitan untuk mempertahankan arus kas dan kelangsungan bisnis. Selain itu, tantangan untuk mendapatkan modal semakin diperburuk oleh pandemi, membuat banyak UMKM kesulitan untuk memenuhi biaya tetap dan beroperasi secara efisien. Terhambatnya distribusi dan kesulitan memperoleh bahan baku juga menjadi masalah besar, yang mengakibatkan penurunan produksi dan kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar.

Banyak UMKM terpaksa melakukan PHK untuk mengurangi biaya, yang berdampak negatif pada

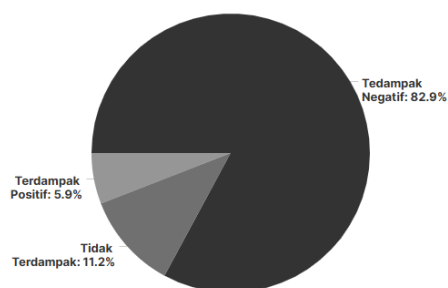
ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, keterbatasan dalam pemasaran membuat sebagian besar UMKM kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas karena mereka belum menggunakan teknologi digital secara maksimal. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah yang cepat dan efektif diperlukan untuk mendukung digitalisasi dan pertumbuhan UMKM. Ini termasuk membangun infrastruktur TIK yang memadai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM berbasis digital dan memberikan saran untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan UMKM di Indonesia setelah pandemi.

Dalam penelitian mengenai pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 di Indonesia, terdapat beberapa *gap* yang signifikan, terutama terkait dengan kurangnya analisis mendalam mengenai faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi pengembangan UMKM berbasis digital. Banyak penelitian sebelumnya telah mempelajari dampak langsung pandemi terhadap UMKM, tetapi seringkali mereka mengabaikan digitalisasi sebagai strategi pemulihan. Selain itu, penelitian sebelumnya cenderung bersifat umum dan mengabaikan konteks regional Indonesia yang berbeda, di mana setiap daerah memiliki fitur dan masalah yang berbeda. Penelitian ini berupaya untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan dapat diandalkan dengan menggunakan metode dan pendekatan yang lebih komprehensif karena ada keterbatasan dalam data dan metodologi yang digunakan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Dengan mengidentifikasi *gap* ini, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kita tentang pengembangan UMKM di Indonesia pasca pandemi dan memberikan saran yang lebih konkret dan berbasis data untuk mendukung kebijakan dan praktik yang lebih baik di sektor ini.

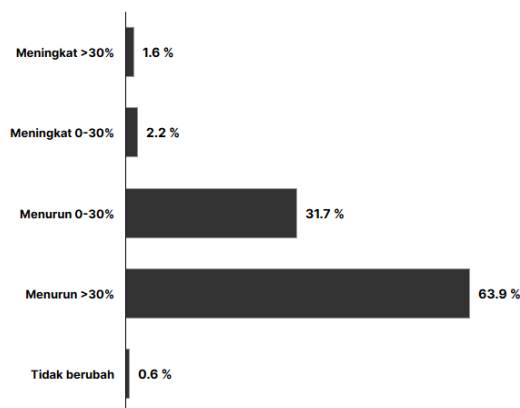
Penelitian mengenai pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 di Indonesia memiliki beberapa kontribusi signifikan. Pertama, penelitian ini memperdalam pemahaman tentang peran digitalisasi sebagai strategi penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di era pasca pandemi. Dengan menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi digital, penelitian ini membantu pelaku UMKM memahami cara memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk mendukung pengembangan UMKM. Dengan mempertimbangkan konteks regional dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh UMKM, rekomendasi yang dihasilkan menjadi lebih relevan dan aplikatif.

Penelitian ini juga berkontribusi pada peningkatan kapasitas UMKM melalui pengembangan program pelatihan dan pendampingan yang fokus pada keterampilan digital dan pemasaran online, yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha mereka. Selain itu, dengan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM, penelitian ini mengisi kekosongan dalam literatur yang ada, sehingga memperkaya pengetahuan akademis dan memberikan dasar bagi penelitian lebih lanjut di bidang ini. Terakhir, penelitian ini mendukung inisiatif ekonomi lokal dengan memberikan panduan praktis bagi UMKM untuk beradaptasi dan berinovasi, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi.

Dampak Pandemi terhadap Usaha



Perubahan Omzet



Gambar 2. Dampak Pandemi Terhadap Usaha dan Perubahan Omzet

Sumber: Katadata.co.id, 2024

Kelangsungan hidup UMKM telah dipengaruhi oleh krisis ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Para pengusaha UMKM khawatir karena pandemi daya beli menurun. Hasil survei menunjukkan

bahwa hanya 5,9% UMKM yang mampu menghasilkan keuntungan selama pandemi. Di sisi lain, 82,9% pelaku usaha terkena dampak pandemi, dan 63,9% mengalami penurunan omzet lebih dari 30% (katadata.co.id, 2020). Sektor UMKM memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan pekerjaan, menjadikannya berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi (Cueto et al., 2022).

Kinerja UMKM selama pandemi COVID-19 sangat dipengaruhi oleh orientasi pelanggan dan media sosial (Febriansyah & Prabowo, 2023). Kinerja UMKM dipengaruhi positif oleh inovasi produk. Semakin maju dan inovatif suatu perusahaan maka konsumen akan semakin tertarik pada produknya. Sedangkan kapabilitas sumber daya manusia memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM, dengan kata lain semakin kapabilitas SDM perusahaan maka akan semakin baik juga kinerjanya (Dewantoro et al., 2023). Kinerja UMKM dipengaruhi oleh modal usaha. Pelaku UMKM dengan modal usaha tinggi lebih mudah menjalankan usahanya di bandingkan pelaku UMKM dengan modal usaha lebih sedikit. Pelaku UMKM membutuhkan modal tambahan atau pinjaman untuk memperoleh modal usaha yang cukup (Susanti & Laili, 2023).

Penelitian terkait dengan UMKM pasca pandemi sudah banyak di lakukan namun penelitian terkait faktor-faktor pengembangan UMKM Pasca COVID-19 di Indonesia masih minim dilakukan. Sebagian besar penelitian yang ada cenderung memusatkan perhatian pada aspek UMKM pasca pandemi, tanpa menekankan secara khusus pada faktor-faktor pengembangan UMKM Pasca COVID-19 di Indonesia. Oleh karena itu, *gap* yang signifikan dalam literatur adalah kurangnya penelitian yang menyelidiki bagaimana konsep faktor-faktor pengembangan UMKM Pasca COVID-19 di Indonesia. Penelitian yang mendalam tentang hal ini akan memberikan wawasan baru tentang bagaimana pendekatan ini dapat diadopsi dan disesuaikan dengan tantangan di lingkungan berbagai negara, serta memberikan panduan praktis bagi kebijakan dan tindakan lokal, nasional, dan regional untuk memperbaiki UMKM pasca pandemi COVID-19.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Inovasi, yang dikemukakan oleh Joseph Schumpeter, menekankan pentingnya inovasi dalam menciptakan nilai tambah dan daya saing, sehingga dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana UMKM berinovasi dalam produk, layanan, dan proses bisnis mereka. Selain itu Teori Sumber Daya berfokus pada pentingnya akses terhadap sumber daya, seperti modal, teknologi, dan keterampilan, dalam mencapai keunggulan kompetitif, yang sangat berpengaruh terhadap kemampuan UMKM untuk berkembang. Teori Jaringan Sosial juga penting, karena menyoroti bagaimana hubungan dan jaringan dapat mendukung pertumbuhan bisnis, sehingga dapat mengeksplorasi bagaimana UMKM membangun jaringan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis untuk meningkatkan akses pasar. Terakhir, Teori Ekonomi Kreatif menjelaskan bagaimana kreativitas dan inovasi dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi, yang relevan untuk menganalisis kontribusi sektor kreatif terhadap pemulihan ekonomi pasca pandemi. Dengan mengintegrasikan teori-teori ini, kajian pustaka ini memberikan landasan yang kuat untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM di Indonesia.

Perekonomian Indonesia terkena dampak yang signifikan dari pandemi COVID-19, mulai dari perubahan dalam rantai pasokan global hingga pengurangan investasi asing. Salah satu bukti penurunan tersebut adalah perlambatan pertumbuhan ekonomi, yang turun dari 5,02% pada tahun 2019 menjadi 2,97% pada tahun 2020. Selain itu, tingkat pengangguran meningkat dari 5,28% pada tahun 2019 menjadi 7,07% pada tahun 2020 (Melati, 2023). Menurut Prodjo (2022) pegawai dari sektor pemberdayaan ekonomi kreatif, Menteri Koperasi dan UKM menjelaskan bahwa ada 37.000 UMKM telah melaporkan bahwa pelaksanaan UMKM telah merasakan dampak yang signifikan dari wabah tersebut. Menurutnya, 56% menyampaikan penurunan penjualan, 22% masalah pembiayaan, 15% masalah perputaran barang, dan 4% laporan perbaikan. Permintaan pasar menurun menyebabkan kinerja turun dan hutang meningkat. Karena penjualan menurun, perusahaan mencoba menurunkan biaya operasional yang tinggi, tetapi UMKM mungkin akan mengalami kesulitan untuk menutupi biaya produksinya dan mungkin akan bangkrut. Namun demikian, evaluasi yang dilakukan oleh sejumlah lembaga BPS, Bappenas, dan World Bank menyebutkan bahwa sebagian besar UMKM menghadapi kesulitan untuk melunasi pinjaman, membayar tagihan operasional dan harus membayar gaji karyawan karena wabah ini (Hernikawati, 2022).

Menurut Habibi et al. (2022) kinerja merupakan hasil operasi yang terkait dengan tujuan kebijakan organisasi, pemenuhan kebutuhan pelanggan, dan keterlibatan ekonomi. Menurut Munizu, (2010) indikator kinerja UMKM mengacu pada indikator antara lain, pertumbuhan bisnis, pendapatan bisnis, peningkatan

jumlah karyawan, dan pertumbuhan pasar. Pencegahan yang mungkin terjadi dalam kegiatan bisnis dapat terhambat oleh pengelolaan keuangan yang tidak cermat atau kurang baik (Hertadiani & Lestari, 2021). Kinerja UMKM dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengelolaan keuangan (Pambudi et al., 2016). Perencanaan keuangan, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian merupakan beberapa ciri dari pengelolaan keuangan (Purba, 2020). Inklusi keuangan berarti ketika setiap warga memiliki akses ke layanan keuangan resmi yang berkualitas tinggi, aman, tepat waktu, dan tercapai, dan disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan warga untuk meningkatkan kesejahteraan mereka (Finansial et al., 2020). Menurut Yanti (2019) beberapa metrik keuangan termasuk ketersediaan, penggunaan, kualitas, dan kesejahteraan. Sumber daya manusia merupakan bagian yang sangat penting dari suatu organisasi, oleh karena itu penting untuk memastikan bahwa sumber daya manusia dikembangkan dengan cara yang memungkinkan mereka berpartisipasi secara optimal dalam mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, mengembangkan kompetensi SDM UMKM harus memperhatikan tujuan menjadikan tenaga kerja yang berkualitas tinggi, berkompetisi, dan memperoleh hasil kinerja yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan (Suwanda, 2015).

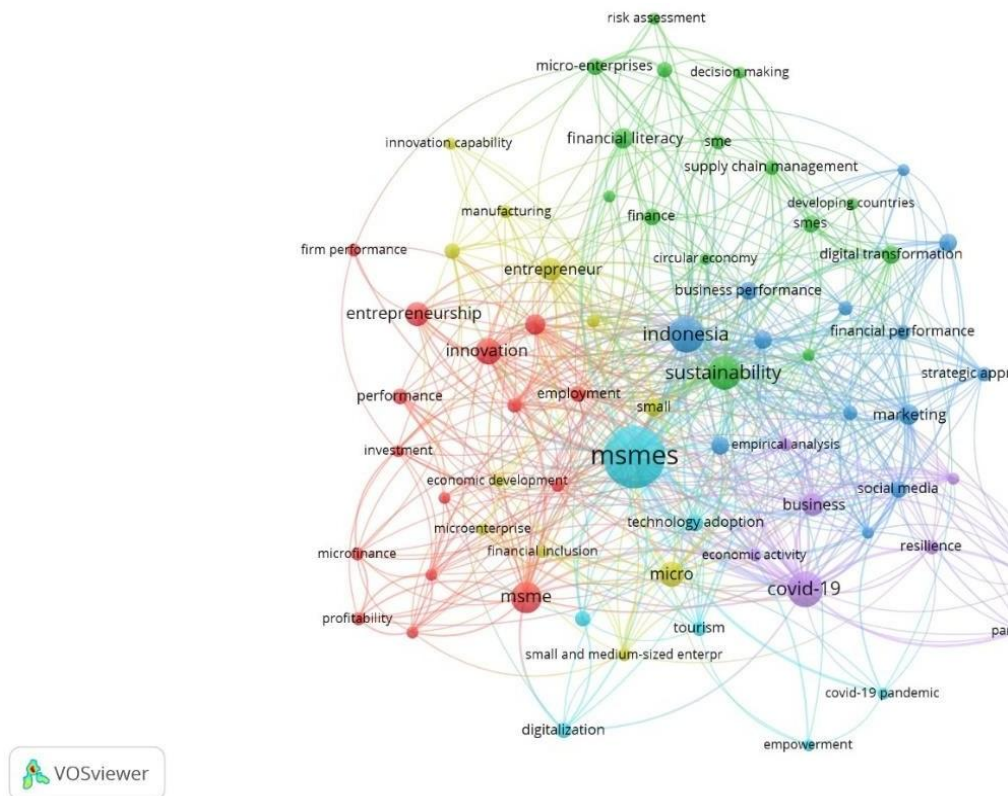
Perekonomian dipengaruhi oleh UMKM, mereka merupakan aktor penting kegiatan ekonomi, penyedia tenaga kerja, aktor penting dalam pemberdayaan dan ekonomi lokal serta pencipta pasar dan inovasi baru (Gustika et al 2022), sehingga sangat penting dalam perekonomian. Selain itu, keuntungan ekonomi dan sosial dari UMKM dikemukakan Sultana (2021) dapat menurunkan biaya modal, meningkatkan PDB, memberikan kesempatan untuk membangun dasar kewirausahaan dan memberikan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, dan memberikan dukungan kepada kebijakan pembangunan yang berfokus pada desentralisasi dan pembangunan pedesaan. Jadi, UMKM merupakan kekuatan utama dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi global. Lebih dari 90% perusahaan global adalah UMKM yang beroperasi di pasar negara berkembang, mereka bertanggungjawab atas 80% penciptaan lowongan pekerjaan baru. Fakta bahwa banyak UMKM memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan, kemajuan, pembangunan ekonomi, baik di negara maju maupun negara berkembang. Mungkin untuk mengurangi perbedaan ekonomi antara area perkotaan dan pedesaan dengan perusahaan kecil yang tersebar lebih luas dibandingkan perusahaan besar. Akses ke jaringan pemasaran yang lebih luas, kemudahan memperoleh informasi pasar, dan beberapa contoh dukungan dapat diberikan kepada para UMKM seperti, kemudahan bagi mereka untuk mempromosikan bisnis mereka kepada masyarakat (Sarfiah et al., 2019).

Untuk meningkatkan ekonomi Indonesia, pemerintah menerapkan kebijakan pemerataan ekonomi yang bertujuan untuk membantu pelaku UMKM mendapatkan akses ke lahan, kualitas SDM, dan kesempatan bekerja (Marolli et al., 2017). Dengan kebijakan ini, masyarakat diizinkan untuk berpartisipasi dalam pembangunan nasional oleh pemerintah, mengatasi kemiskinan, meningkatkan ekonomi. Kesempatan untuk menjadi pelaku UMKM semakin meningkat, semakin banyak lapangan pekerjaan yang tercipta, yang menghasilkan peningkatan produktivitas dan distribusi pendapatan yang lebih merata di setiap wilayah. Bisnis UMKM dapat bertahan dalam pandemi dengan menyesuaikan diri dengan cepat dan bertahap. Teknologi dapat berupa pemanfaatan iklan online atau promosi melalui media sosial. Pada saat pandemi, beberapa UMKM mengalami peningkatan penjualan. Selama pandemi, layanan dapat ditingkatkan melalui layanan pesan antar atau standar pelayanan yang ditingkatkan. Membangun *Customer Relationship Marketing* (CRM) merupakan salah satu cara untuk meningkatkan layanan UMKM (Faizi et al., 2022). Strategi pemasaran CRM berfokus pada membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang menghasilkan keuntungan bagi penyedia jasa dan pelanggan. Kinerja pemasaran meningkat seiring dengan kualitas hubungan antara pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli, memberikan promosi, mengurangi harga, atau menjalin komunikasi intensif adalah salah satu cara membangun CRM.

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan harapan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Ritonga & Qarni, 2022). Setelah pandemi COVID-19 melanda seluruh wilayah Indonesia, banyak bisnis UMKM harus memulai lagi karena penurunan produksi (Faizi et al., 2022). Serta mencari strategi pengembangan bisnis yang tepat karena perekonomian nasional yang melemah (Milla et al., 2021). Sehingga pemerintah harus mendorong UMKM untuk berkembang dengan membuat kebijakan dan fasilitas yang memadai (Syuhada et al., 2023). Setelah COVID-19, pemerintah dapat membantu mengembangkan UMKM dengan menjadi fasilitator, regulator, dan katalisator (Nirwana & Hasanuddin, 2017). Perwakilan, fasilitator, dan pemberi pendidikan harus dilakukan oleh pemerintah (Laurell & Sandström, 2021). Jika pemerintah memberikan pelayanan publik, mendorong IKM, mengembangkan pasar mereka, dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan, maka UMKM akan dapat bertahan dan berkembang (Ritonga & Qarni, 2022). Setelah wabah COVID-19 permintaan konsumen untuk berbelanja secara online meningkat karena kemudahan platform (Taufik et al., 2020). Mengingat kemungkinan wabah COVID-19 yang memungkinkan orang berbelanja secara online, promosi digital sangat penting (Akpan et al., 2021). Oleh karena itu, digitalisasi

UMKM (UKM dan IKM) adalah bagian dari tugas pemerintah untuk mendorong pertumbuhan UMKM (Masruroh et al., 2021).

Mall UMKM diharapkan dapat menjadi wadah yang memungkinkan peningkatan produksi UMKM, khususnya UMKM di Kota Cirebon, sehingga masyarakat dapat menyadari dan mengetahui produk kreatif lokal berkualitas. sehingga masyarakat dapat menyadari dan mengetahui produk kreatif lokal berkualitas. Sebenarnya, pemerintah ingin memaksimalkan potensi sumber daya dan nilai budaya lokal yang ada (Ritonga & Qarni, 2022). Produk UMKM meliputi perabotan rumah tangga, pakaian, mainan anak-anak, ukiran, anyaman, makanan ringan, mebel, dan lainnya (Nurdewanto, 2017). Ini menunjukkan bahwa UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekspor, tetapi masih di bawah total ekspor nonmigas oleh pengusaha besar. Di masa depan, UMKM akan menghadapi tantangan ini. UMKM dapat memanfaatkan ketersediaan informasi yang cepat dan akurat untuk membuat rencana tentang pembuatan produk, tren pasar, kesesuaian harga, kebutuhan pasar, dan faktor lainnya. Ini membuka lebih banyak ruang untuk pemasaran (Kiflee et al., 2019).



Gambar 3. Analisis VOSviewer dengan Keyword UMKM Pasca Pandemi

Sumber: Data Dianalisis menggunakan Bibliometrik VOSviewer, 2024

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Para peneliti memilih metodologi ini karena memungkinkan pengumpulan data yang menyeluruh tentang subjek, topik, atau masalah penelitian (Aspers & Corte, 2019). Penelitian ini mengumpulkan data secara kualitatif dan bergantung pada sumber data sekunder. Sumber-sumber ini termasuk studi sebelumnya yang relevan dengan masalah ini, serta laporan media resmi dari tahun 2020–2024. Proses penelitian mengenai pengembangan UMKM setelah pandemi COVID-19 di Indonesia dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Beberapa variabel yang akan diteliti meliputi kinerja UMKM, sistem penjualan melalui *e-commerce*, kompetensi sumber daya manusia, penggunaan media sosial, akses ke pasar, digitalisasi, kebijakan pemerintah, dan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi. Selanjutnya, peneliti melakukan

studi pustaka untuk memahami teori-teori yang relevan dan meneliti penelitian sebelumnya, sehingga dapat mengidentifikasi celah yang ada dalam literatur. Setelah itu, peneliti menentukan metode penelitian yang akan digunakan, baik kualitatif, kuantitatif, atau campuran, serta teknik pengumpulan data yang sesuai, seperti survei atau wawancara.

Setelah metode ditentukan, peneliti mengembangkan instrumen penelitian. Proses pengumpulan data kemudian dilaksanakan dengan data sekunder melalui studi literatur. Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis data dengan bantuan perangkat lunak analisis data seperti Nvivo. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan dihubungkan dengan teori serta literatur yang ada. Dari sini, peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan UMKM di Indonesia, serta menyampaikan implikasi praktis dari penelitian tersebut. Laporan penelitian disusun dengan mencakup latar belakang, metodologi, hasil, dan kesimpulan, serta disusun dengan format yang sesuai.

Tabel 1. Sumber Data Media Online

Online Media Massa	Intensity
Kompas.com	10 News
Detik.com	10 News
Tempo	10 News
Republika	10 News
TribunJateng	10 News

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Sumber data diperoleh dari studi sebelumnya yang terkait dengan topik penelitian. Penelitian ini menggunakan program Nvivo12 Plus untuk pemrosesan dan visualisasi data media skala besar. Analisis data ini menggunakan model interaktif (Miles, 2018). Ada beberapa tahap seperti pengurangan data, penampilan data, dan membuat kesimpulan. Pengurangan data melibatkan pembagian data menjadi dua bagian yaitu masalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 di Indonesia dan analisis perencanaan strategis tindakan pemerintah Indonesia terhadap masalah ini. Untuk memahami penelitian ini, fungsi Nvivo12 Plus akan digunakan untuk menyampaikan proses pengurangan data melalui penggunaan angka, grafis, tabel, atau bantuan visual lainnya. Perencanaan strategis melibatkan dua komponen seperti pengumpulan data untuk membantu UMKM mereka dan menyediakan solusi yang efektif untuk masalah yang kompleks dan analisis data yang memberikan jawaban yang lengkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian mengenai pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 di Indonesia, data yang digunakan berasal dari berbagai sumber yang mencakup berita media online, laporan resmi, dan studi sebelumnya yang relevan. Salah satu jenis data yang penting adalah berita dari portal berita seperti Kompas, Detik, Tempo, dan Republika, yang memberikan informasi tentang kondisi UMKM selama dan setelah pandemi. Misalnya, laporan dari Kompas mengungkapkan bahwa banyak UMKM terpaksa menutup usaha mereka akibat penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang menyebabkan penurunan drastis dalam penjualan (Hotria, 2022). Selain itu, data statistik juga menjadi bagian penting, dengan angka-angka yang menunjukkan dampak pandemi terhadap UMKM, seperti persentase penurunan pendapatan dan jumlah pekerja yang kehilangan pekerjaan. Sebagai contoh, data menunjukkan bahwa bisnis UMKM di sektor non-kuliner mengalami penurunan pendapatan hingga 30-35% sejak awal pandemi (Meilinda, 2021). Laporan resmi dari pemerintah atau lembaga terkait juga memberikan informasi mengenai kebijakan yang diterapkan untuk mendukung UMKM, seperti program bantuan dan pelatihan. Misalnya, Kementerian Koperasi dan UKM melaporkan bahwa pemerintah telah meluncurkan program bantuan modal untuk UMKM yang terdampak pandemi (KEMENKOPUKM, 2024). Selain itu, studi sebelumnya yang telah dilakukan mengenai UMKM dan dampak pandemi memberikan konteks dan dasar teori yang berguna untuk penelitian saat ini.

Akpan et al. (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital lebih mampu bertahan selama krisis. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia pasca pandemi COVID-19, serta merumuskan rekomendasi yang lebih tepat untuk pengembangan UMKM di masa depan.



Gambar 4. World cloud pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19
Sumber : Data dianalisis Menggunakan Nvivo 12 plus, 2023

Berdasarkan gambar di atas kata yang sering muncul dalam pembahasan tentang Pengembangan UMKM Pasca Pandemi COVID-19 adalah "UMKM, Pandemi, Ekonomi, Indonesia. Pandemi COVID-19 telah menghentikan aktivitas dan perekonomian di seluruh dunia, termasuk sektor ekonomi. Satu per satu negara akhirnya mulai memasuki periode setelah pandemi, yang ditandai dengan penurunan jumlah kasus COVID-19. Memasuki fase pasca pandemi ini, sektor ekonomi juga melakukan pemulihan, termasuk pemulihan UMKM. UMKM di Indonesia terlibat dalam perekonomian dan memainkan peran penting, salah satu fungsinya adalah menciptakan lapangan kerja. UMKM juga memberi masyarakat dengan penghasilan rendah peluang untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi yang produktif. Di Indonesia, usaha kecil dan menengah (UMKM) terlibat dalam perekonomian dan memainkan peran penting, salah satu fungsinya adalah menyediakan lapangan kerja. UMKM juga memberi masyarakat yang memiliki penghasilan rendah peluang untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi yang produktif. Selain itu, UMKM memainkan peran besar dalam meningkatkan Pendapatan Nasional Bruto Indonesia.

Ketika COVID-19 menyebar dengan cepat, dampaknya pada perlambatan ekonomi dunia mulai dirasakan di dalam negeri. Banyak UMKM meliburkan karyawan atau bahkan menutup sementara. Akibat penerapan *physical distancing* dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Bisnis UMKM di industri non-kuliner menurun 30-35% sejak COVID-19. Ini disebabkan oleh fakta bahwa penjualan produk ini bergantung pada komunikasi tatap muka atau pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Banyak dari mereka mengalami penurunan pendapatan dan beberapa bahkan harus berhenti beroperasi (Rosita, 2020). Pandemi COVID-19 telah menyebabkan banyak penderitaan bagi pekerja di sektor formal dan informal. Lebih dari 1,5 juta karyawan telah kehilangan tempat tinggal atau dipecat.

Salah satu cara untuk meningkatkan layanan UMKM adalah dengan membangun hubungan marketing dengan pelanggan (Faizi et al., 2022). Serta menentukan rencana pengembangan bisnis yang tepat sebagai akibat dari penurunan ekonomi nasional (Milla et al., 2021). Setelah COVID-19, pemerintah dapat membantu pertumbuhan UMKM dengan memfasilitasi, mengawasi, dan mendorongnya (Nirwana & Hasanuddin, 2017). Pemerintah harus bertanggung jawab atas perwakilan, fasilitator, dan pemberi pendidikan (Laurell & Sandström, 2021). UMKM akan dapat bertahan dan berkembang jika pemerintah menyediakan layanan publik, mendukung UMKM, memperluas pasar mereka, dan memberikan pelatihan keterampilan (Ritonga & Qarni, 2022). Ketahanan suatu negara diuji oleh pandemi COVID-19.

UMKM yang menggunakan teknologi informasi dapat terus menerima pemesanan dari konsumen atau masyarakat, sehingga penjualan terus berlanjut, yang menghasilkan pendapatan yang tetap dan bahkan meningkat (Hernikawati, 2022). Bisnis yang memproduksi pakaian dapat mengembangkan bisnisnya dengan membuat masker untuk memenuhi kebutuhan pandemi. Untuk meningkatkan pendapatan UMKM inovasi harus dilakukan pada produk yang dijual misalnya, jika bisnis makanan sebelumnya menjual produk dalam kondisi sudah siap makan, mereka sekarang dapat menjual produk mereka dalam kondisi beku, yang lebih tahan lama, dan dapat dikirim melalui jasa pengiriman. UMKM dapat berkolaborasi dengan toko online seperti Shopee dan memanfaatkan social media. Untuk meningkatkan keuntungan, Mereka dapat memasarkan produknya di Tokopedia, Bukalapak, atau bergabung dengan platform online khusus bisnis makanan seperti GoFood dan GrabFood. Jika UMKM dan pemerintah sudah melakukan tindakan untuk mempertahankan dan

meningkatkan pendapatan UMKM, masyarakat diharapkan juga mendukung tindakan tersebut dengan membeli barang dari UMKM untuk memenuhi kebutuhannya.

Teknologi informasi (IT) sudah merambah ke semua aspek kehidupan manusia, dan salah satu faktor yang menentukan daya saing UMKM adalah teknologi informasi. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram adalah beberapa teknologi informasi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk berkembang dan berkompetisi di pasar global. Media sosial menjadi media yang dapat digunakan oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) karena menjadi media terbesar di dunia pada Januari 2019. Banyak UMKM di Indonesia telah mengalami penurunan pendapatan karena pandemi COVID-19 (Iriani et al., 2022). Namun, menurut survei Bank Indonesia pada bulan Maret 2021, sekitar 50,6% UMKM mengatakan bahwa mereka telah mengalami peningkatan pendapatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

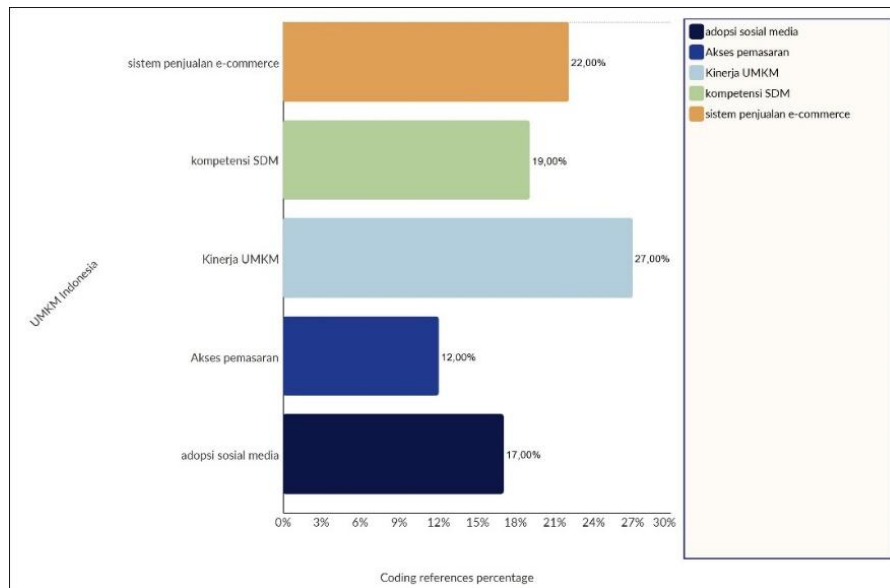
Adopsi teknologi digital merupakan salah satu cara bagi UMKM di Indonesia untuk bertahan selama pandemi COVID-19. Digital marketing strategy memengaruhi penjualan, pelayanan, komunikasi, dan pemasaran. Ini membentuk 78% keunggulan bersaing UMKM untuk memasarkan produknya. Pada umumnya, teknologi informasi terus berkembang, tetapi sebagian besar UMKM belum memanfaatkannya secara optimal. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa teknologi informasi memengaruhi daya saing UMKM. Sebagian besar UMKM menghadapi tantangan baik dari segi keuangan maupun non-keuangan. Tingkat pemesanan telah turun, distribusi menjadi lebih sulit, dan memperoleh bahan baku menjadi lebih sulit. Akibatnya, UMKM menghadapi kesulitan untuk membayar biaya tetap dan terpaksa menurunkan jumlah pekerja.

Untuk mendukung digitalisasi UMKM, terutama dalam hal pemasaran produk UMKM secara online, perlu didorong pembangunan infrastruktur TIK yang memadai di seluruh Indonesia. Agar UMKM dapat bertahan di masa pandemi dan bahkan setelah pandemi, diperlukan kebijakan yang baik dan cepat. Salah satu solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi masalah yang dihadapi UMKM selama pandemi ini adalah digitalisasi mereka. Menurut Nasional (2021) pandemi COVID-19 memiliki dampak besar pada bisnis usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Kemitraan bisnis dan adopsi. Teknologi digital dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia bertahan selama pandemi COVID-19.

Faktor-faktor yang dapat dijadikan acuan dalam upaya pengembangan UMKM berbasis digital merupakan cara untuk memaksimalkan semua variabel dan faktor unggulan yang belum dapat dimaksimalkan, serta berdasarkan potensi keunggulan yang dimiliki oleh wilayah lain. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan mengandalkan kontribusi dari variabel yang diduga berpengaruh terhadap pengembangan UMKM berbasis digital di Jawa Tengah. Melalui berbagai inisiatif dan program, pemerintah Jawa Tengah telah berusaha untuk meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM. Pengembangan platform *marketplace* UMKM Bangkit, misalnya, lebih dari 5.070 UMKM di Jawa Tengah untuk memasarkan barang mereka secara online. Pemerintah Jawa Tengah juga telah membangun ekosistem digital Belanja Langsung Toko Online Jawa Tengah, yang dikenal sebagai "Blangkon Jateng" atau Program E-Lapak. Ekosistem ini digitalisasi pengadaan barang dan jasa pemerintah bagi koperasi dan UMKM, serta menghubungkan mereka dengan pembiayaan bank. Pemerintah Jawa Tengah telah bekerja sama dengan perguruan tinggi dan lembaga penelitian untuk membuat infrastruktur yang mendukung transformasi digital UMKM. Sebagai contoh, pemerintah provinsi ini telah melakukan survei tentang kebutuhan UMKM untuk mendukung transformasi digital mereka. Hasilnya, 95,24% dari UMKM membutuhkan bantuan pemasaran. Peningkatan manajemen usaha dan keterampilan 95,34% serta kebutuhan bantuan modal 96,4% adalah dukungan tambahan yang paling dibutuhkan.

Literasi keuangan memiliki kemampuan untuk mengontrol pengelolaan keuangan yang akuntabel dan nilai tambah asli yang diperlukan oleh pelaku UMKM untuk berhasil bersaing di pasar global. Akibatnya, literasi keuangan membantu meningkatkan kinerja keuangan UMKM (Aribawa, 2016). Literasi keuangan berperan dalam mengatur fintech berbasis payment gateway dan kinerja keuangan. Dengan menggunakan literasi keuangan, perusahaan dapat memperkuat hubungan antara fintech berbasis payment gateway dan kinerja keuangan (Akmal & Saputra, 2016).

Menurut Yushita (2017) Jika seseorang memiliki keahlian keuangan yang tinggi, mereka dapat mengontrol dan mengatur pengeluaran dan pemasukan secara akurat. Jika literasi keuangan rendah digunakan, hal itu akan berdampak pada kinerja fintech, yang dapat menurunkan atau mempengaruhi kinerja keuangan UMKM. Ini karena literasi keuangan rendah akan membuat keuangannya tidak stabil dan kacau (Sustiyo, 2020). Jadi, itu sangat berbahaya dan akan berdampak pada kinerja keuangan UMKM. Salah satu risikonya adalah dapat menurunkan omset penjualan dan periklanan barang dan jasa.



Gambar 5. Crosstab Pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19
Sumber: Data dianalisis menggunakan menggunakan Nvivo 12 Plus, 2024

Berdasarkan Data di atas presentase yang tertinggi dalam pembahasan tentang Pengembangan UMKM Pasca Pandemi COVID-19 adalah "Kinerja UMKM, Sistem penjualan E-commerce, Kompetensi SDM, Adopsi sosial media, Akses pemasaran". Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa kinerja UMKM memiliki presentase tertinggi dengan 27,00%. Ini menunjukkan bahwa Kinerja UMKM adalah kategori yang paling relevan untuk studi kinerja atau analisis. Dibandingkan dengan sistem penjualan e-commerce, yang memiliki presentase 22,00%, kompetensi SDM 19,00%, adopsi media sosial 17,00%, dan akses pemasaran 12,00%. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 di Indonesia cukup meningkat. Dengan tingginya nilai presentase Kinerja UMKM di tunjukan dengan meningkatnya total pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan, pertumbuhan usaha yang menunjukkan peningkatan penjualan, posisi kas perusahaan untuk mengetahui masuk dan keluarnya uang, dan total pesanan produk yang semakin meningkat. Menurut Mukoffi (2021) Untuk memastikan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat berkembang dan dapat bersaing dengan perusahaan lain, mereka memberikan perhatian khusus pada kinerja.

Pembahasan

Sistem penjualan E-commerce dengan presentase 22,00 % menunjukkan bahwa pasca pandemi COVID-19, pertumbuhan UMKM di Indonesia di pengaruhi oleh sistem penjualan bisnis online. Manfaat dan kemudahan sistem dapat mendorong para UMKM untuk memanfaatkan teknologi E-commerce. Dengan menggunakan bisnis online, mereka dapat dengan mudah memasarkan produk mereka ke lebih banyak orang tanpa terbatas jarak dan waktu (Wiyana et al., 2023). Dengan hasil yang cukup meningkat sistem penjualan bisnis online ditunjukan dengan para UMKM dapat memasarkan produknya atau melakukan jual beli secara online dengan pelanggan. Kemampuan dengan menggunakan internet, pengetahuan tentang bisnis online, dan keterampilan pemasaran merupakan indikator sistem E-commerce.

Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) dengan presentase 19,00% menunjukkan bahwa pasca pandemi COVID-19 , pengembangan UMKM di Indonesia di pengaruhi oleh sumber daya manusia. Hal ini dikemukakan oleh Viviani et al. (2020) bahwa untuk melihat kemampuan sumber daya manusia dalam menjalankan bisnis mereka dapat dilakukan dari dimensi pengetahuan, keterampilan, dan dimensi kemampuan keahlian.

Kinerja UMKM dengan presentase 27,00% menunjukkan bahwa Pelaku UMKM di Indonesia harus siap untuk mengadopsi teknologi informasi, atau *e-readyness*, jika mereka ingin meningkatkan kinerja penjualan mereka, yang mencakup profitabilitas, pertumbuhan, nilai pasar, dan lingkungan sosial. Untuk menjadi kompetitif, mereka harus dapat menggunakan aplikasi seperti Bukalapak, Tokopedia, dan Lazada di Indonesia (Sri, 2022).

Adopsi Media Sosial dengan presentase 17,00% menunjukkan bahwa Pasca pandemi COVID-19, pengembangan UMKM di Indonesia di pengaruhi oleh adopsi media sosial. Di tunjukan dengan media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Youtube) dapat membantu memberikan informasi tentang produk dan bisnis perusahaan, mengetahui keinginan dan harapan pelanggan, meningkatkan penjualan UMKM, mendukung kegiatan promosi UMKM. Adopsi media sosial meningkatkan kinerja karena sangat membantu individu dan perusahaan berkomunikasi dengan keluarga, rekan kerja, dan pelanggan. Media sosial dapat membantu UMKM menjangkau konsumen, meningkatkan penjualan, meningkatkan pendapatan, dan pangsa pasar, serta meningkatkan visibilitas dan reputasi. Adopsi media sosial membantu UMKM (Nurfarida et al., 2021).

Akses pemasaran dengan presentase 12,00% menunjukkan bahwa akses pemasaran berpengaruh terhadap pengembangan UMKM pasca pandemi COVID-19 di Indonesia. Di karenakan pemasaran online sangat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang. Hal ini berdampak pada kemampuan UMKM untuk memilih akses pemasaran (Amang, 2023). Untuk meningkatkan keberhasilan UMKM dan memperluas jangkauan pasar, sangat penting untuk membuat strategi pemasaran yang efektif (Bayhaqi & Aslami, 2022).

Dengan adanya media digital, pemerintah telah memberikan bantuan dan seminar bagaimana cara yang dapat di lakukan oleh UMKM untu memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, akses ke pemasaran di era digital sangat membantu para pelaku UMKM setelah pandemi COVID-19.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa, dunia digital memberikan peluang besar bagi dunia bisnis untuk membuat platfrom perangkat lunak untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan adanya berbagai platform sangat memudahkan UMKM untuk memulai usaha dan bahkan melakukan transaksi. Memanfaatkan dan menggunakan teknologi internet, UMKM mampu bersaing dalam dunia bisnis, aplikasi internet memiliki pengaruh dan memberikan keuntungan yang signifikan. Dengan menggunakan bisnis online, dapat bersaing dengan perusahaan yang lain dengan meningkatkan penjualan produk dan jasa. Pelaku UMKM dapat memasarkan berbagai produk dan jasa secara fisik atau digital. Pelaku UMKM terpaksa menggunakan bisnis online untuk meningkatkan penjualan, dan arus kas mereka selama pandemi COVID-19 .

Manfaat dari penelitian ini kita menjadi mengetahui apa saja dampak pengembangan UMKM di masa pandemi COVID-19 di Indonesia, seperti UMKM mengalami berbagai masalah seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi yang terhambat, masalah dengan bahan baku, produksi yang menurun, dan banyak pemutusan hubungan kerja yang membahayakan ekonomi nasional.

Solusinya, memastikan bahwa UMKM bisa bertahan dan berkembang dengan memanfaatkan model kewirausahaan digital, akan ada ide-ide baru dan ekosistem UMKM baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan produktivitas masyarakat di Indonesia. Selain itu UMKM akan terus termotivasi untuk menggunakan teknologi dalam jaringan untuk memasarkan produk mereka.

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian tujuan yang ingin diteliti dan lebih memfokuskan pada subjek yang mereka pelajari seperti menganalisis seberapa efektif pemasaran media sosial dan Penelitian selanjutnya disarankan agar meningkatkan lagi dari segi kelengkapan data yang di peroleh dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, H., & Saputra, Y. E. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 235–244.
- Akpan, I. J., Soopramanien, D., & Kwak, D. H. (2021). Cutting-Edge Technologies for Small Business and Innovation in The Era Of COVID-19 Global Health Pandemic. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 33(6), 607–617. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1799294>
- Amang, B. (2023). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Pada Balai Latihan Kerja Industri Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 765–775.
- Anik Sri. (2022). *Kinerja UMKM Tersungkur Karena Pandemi, Digitalisasi Solusinya*.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.

- Aspers, P., & Corte, U. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, 42, 139–160.
- Ayodya, R. W. (2020). *UMKM 4.0*. Elex Media Komputindo.
- Bayhaqi, H., & Aslami, N. (2022). Identifikasi Pasar, Segmen dan Target Pasar Sasaran Bisnis Asuransi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 111–118.
- Chandra Nirwana, D., & Hasanuddin, M. (2017). *Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Enrekang*. *Jurnal Administrasi Publik*. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/kolaborasi>
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital Innovations in MSMEs During Economic Disruptions: Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1), 8.
- Dewantoro, B., Putranto, A., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM. *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 2(1), 60–72.
- Didiharyono, D., Ferdian, A., Patahiruddin, P., & Qur'ani, B. (2022). Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Masyarakat Pesisir Berbasis Platform Digital. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 544–553.
- Faizi, F., Wulandana, N. P., Alya, A., & Lombu, A. A. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 137. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.510>
- Febriansyah, R. Y., & Prabowo, F. S. A. (2023). Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Adopsi Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat Tahun 2021 Sektor Kuliner). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 1–10.
- Finansial, L., Sekolah, T., Sebagai, D., Pengemgangan, S., Kafabih, A., Sunan, U., & Surabaya, A. (2020). *Abdullah Kafabih Literasi Finansial Pada Tingkat Sekolah Dasar Sebagai Strategi Pengembangan Financial Inclusion Di Indonesia* (Vol. 2, Issue 1).
- Gustika, S., Karona, & Susena, C. (2022). *Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (SN-EMBA) Ke-1 Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Umkm Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*.
- Habibi, M. A., Maskudi, M., & Mahanani, S. (2022). Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM di Era Pandemi COVID-19 . *Journal of Accounting and Finance*, 1(1).
- Hao, F., Xiao, Q., & Chon, K. (2020). COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 90, 102636.
- Hernikawati, D. (2022). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Palembang. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 3(Nomor 1), 9–16.
- Hertadiani, V. W., & Lestari, D. (2021). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta Timur. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 8(2), 19–31.
- Iriani, Y., Rahmana, A., Margana, R. R., & Maharani, A. (2022). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Melalui Teknologi Informasi dan Standarisasi Produk Pasca Pandemi COVID-19 . *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 20(1), 183–189.
- katadata.co.id. (2020, June). *Dampak Covid 19 terhadap UMKM*. <https://Katadata.Co.Id/Umkm>.
- KEMENKOPUKM. (2024). *Strategi Pemerintah Mendorong UMKM Naik Kelas*.
- Kiflee*, A. K. R. bin, Ali Khan, M. N. A. bin, & Bosi, M. K. (2019). Scientific Publication Analysis: Financial Reporting Quality Insight. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4),

3159–3173. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D8013.118419>

- Laurell, C., & Sandström, C. (2021). Analysing Uber in Social Media - Disruptive Technology or Institutional Disruption? In *Digital Disruptive Innovation* (pp. 517–539). World Scientific Publishing Co. https://doi.org/10.1142/9781786347602_0017
- Mariana Hotria, N. S. (2022). *Pentingnya Peran dan Kontribusi UMKM dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Pentingnya Peran dan Kontribusi UMKM dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia.
- Marlina Br Purba, N. (2020). *Analisis Skala Usaha, Pendapatan Usaha dan Pengalaman Usaha terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi pada Pelaku UMKM di Kota Batam*.
- Marolli, A., Da Silva, J. A. G., Romitti, M. V., Mantai, R. D., Hawerth, M. C., & Scremin, O. B. (2017). Biomass and Grain Yield of Oats by Growth Regulator. *Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental*, 21(3), 163–168. <https://doi.org/10.1590/1807-1929/agriambi.v21n3p163-168>
- Masruroh, O. I., Andrean, R., Arifah, F., & Ekonomi, J. (2021). *ISSN (Cetak) Journal of Innovation and Knowledge Bagi Umkm di Indonesia* (Vol. 1, Issue 1).
- Miles, D. A. (2018). Simulation Learning and Transfer in Undergraduate Nursing Education: A Grounded Theory Study. *Journal of Nursing Education*, 57(6), 347–353.
- Milla, H., Yusuf, E., Suharmi, S., Zufiyardi, Z., Efendi, R., & Annisa, A. (2021). Analysis of the Implementation of Online Learning During COVID-19 . *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(4), 538. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v8i4.2577>
- Mukoffi, A. (2021). Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Kecanggihan Teknologi Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID-19 . *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 235–246.
- Munizu, M. (2010). *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan*.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Nasional, B. P. P. (2021). *Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM: Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia*.
- Nurdewanto, B. (2017). Aplikasi Market Matching Berbasis Fuzzy sebagai Penunjang Keputusan Ekspor Produk UMKM. *MATICS*, 9(2), 58. <https://doi.org/10.18860/mat.v9i2.4372>
- Nurfarida, I. N., Sarwoko, E., & Arief, M. (2021). The Impact of Social Media Adoption on Customer Orientation and SME Performance: An Empirical Study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 357–365.
- Pambudi, D. S., Mukzam, D., & Nurtjahjono, G. E. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Karyawan PT Telkom Indonesia Witel Jatim Selatan Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(1).
- Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109–120.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189.
- Sultana, F. (2021). *Reflexivity, Positionality and Participatory Ethics: Negotiating Fieldwork Dilemmas in International Research*.
- Sumarni, Y. (2020). Pandemi COVID-19 : Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 46–58.
- Suryani Ritonga, L., & Qarni, W. (2022). Analisis Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara Terhadap Usaha Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Medan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 635–644. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.71>

- Susanti, D. A., & Laili, K. N. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Demak. *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara*, 1(1), 23–29.
- Sustiyo, J. (2020). Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z? *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25–34.
- Suwanda, D. (2015). Factors Affecting Quality of Local Government Financial Statements to Get Unqualified Opinion (WTP) of Audit Board of the Republic of Indonesia (BPK). In *Research Journal of Finance and Accounting* www.iiste.org ISSN (Vol. 6, Issue 4). Online. www.iiste.org
- Syuhada, R., Isyanto, P., Dini Yani, dan, Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Café & Restoran Kokok Petok Di Cimalaya Wetan. In *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* (Vol. 24, Issue 1).
- Taufik, O. :, Ayuningtyas, E. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Jakarta, I. (2020). *The Impact of Covid-19 Pandemic on Business and Online Platform Existence*. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i1389>
- Trisillia Meilinda. (2021). Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Yang Dirasakan Oleh Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Entrepreneurship Business Creation*.
- Viviani, N. E., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Keterampilan, Pengetahuan, dan Kemampuan SDM Terhadap Kinerja UMKM Mebel di Kelurahan Seban Kota Pasuruan. *Jurnal Ema*, 5(1), 29–37.
- Wahyu Adityo Prodjo. (2022, March). *Teknologi Web 3.0 Bisa Jadi Peluang Pertumbuhan Koperasi dan UMKM Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Teknologi Web 3.0 Bisa Jadi Peluang Pertumbuhan Koperasi dan UMKM.”* Kompas.Com.
- Wely Putri Melati. (2023, April 12). *Pandemi COVID-19 dan Menurunnya Perekonomian Indonesia*. Kemenkeu.Go.Id.
- Wiyana, A., Yanto, M., Akun, F., Kurniawan Asgap, W., Tafsir, M., & Bongaya Makassar, S. (2023). *Jurnal Mirai Management Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Setelah Pandemi Covid 19*. 8(3), 326–337.
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3774>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 11–26.