

## **Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19**

Moh. Musfiq Arifqi

Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Ulum (STAIM) Terate Sumenep

[musfiqarifqi18@gmail.com](mailto:musfiqarifqi18@gmail.com)

Dedi Junaedi

Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor

[dedijunaedi@laaroiba.ac.id](mailto:dedijunaedi@laaroiba.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The Sharia MSME (Micro, Small, Medium Enterprises) digitization activities are one of the alternatives for recovering Indonesian economy in the wake of Covid-19 pandemic. MSME is the community economic activities which are able to provide some opportunities to overcome the community economy. Currently, the MSME activities in Indonesia, which are predominantly by Muslim community, are faced with technological developments in increasing the productivity of their businesses. This requires a lot of strategies and innovations to rise these activities. Library research approach is used by researchers to examine in depth through searches on sources, exactly books, journals, news or other works that are considered. So this research is including to descriptive qualitative research. The results showed that digitizing sharia MSME was one of the efforts to increase the Indonesian economy in Covid-19 pandemic. The digitization of Islamic MSMEs has opportunities and challenges. The opportunity of this activities will be easier to apply it, in production, distribution and consumption. The challenge is faced with the lack of human resources in accessing technology.*

*Keywords: Digitalization, Sharia MSME, Indonesian Economy*

### **ABSTRAK**

Kegiatan digitalisasi UMKM Syariah adalah salah satu alternatif dalam memulihkan perekonomian Indonesia di masa pandemi Covid-19. UMKM merupakan kegiatan perekonomian masyarakat yang mampu memberikan banyak peluang untuk mengatasi masalah ekonomi masyarakat. Saat ini kegiatan UMKM di Indonesia yang mayoritas beragama Islam dihadapkan dengan perkembangan teknologi dalam meningkatkan produktivitas usahanya. Hal ini membutuhkan banyak strategi dan inovasi untuk memperkuat kegiatan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan *library research* melalui penelusuran sumber-sumber berupa buku, jurnal, berita atau pun karya lain yang relevan untuk melakukan pengkajian secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan digitalisasi UMKM syariah termasuk pada salah satu upaya pemulihan perekonomian Indonesia di masa pandemi Covid-19. Kegiatan digitalisasi UMKM syariah memiliki peluang dan tantangan. Peluang tersebut kegiatan ini akan lebih mudah dijalankan, baik dari segi produksi, distribusi dan

konsumsi. Tantangannya dihadapkan pada minimnya sumber daya manusia dalam mengakses teknologi.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM Syariah, Perekonomian Indonesia

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 adalah tergolong salah satu bencana yang terjadi di seluruh dunia. Covid-19 masih tetap menjadi tren topik pembahasan di berbagai media, baik dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini mempengaruhi banyak hal, di antaranya berdampak terhadap kesehatan, pendidikan, sosial masyarakat dan pada aspek perekonomian masyarakat. Dengan demikian hal ini perlu beberapa strategi solutif untuk memulihkan kembali dengan berbagai macam penyesuaian sistem baru.

Covid-19 singkatan dari *Corona Virus Disease*, yang merupakan salah satu penyakit menular (virus) yang terjadi di berbagai negara. Covid-19 ini pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, Tiongkok. Dengan kecepatan penularan yang cukup pesat, *World Health Organization (WHO)* menetapkan Covid-19 sebagai pandemi dunia. Termasuk di Indonesia, pada 2 Maret 2020 diumumkan secara resmi oleh Presiden Indonesia bahwa terdapat dua kasus positif Covid-19 (Ihsanudin, 2020). Pandemi ini menyebabkan adanya kebutuhan berbagai kebijakan yang harus diambil oleh pemerintah.

Kebijakan pemerintah selama ini dalam menghentikan penyebaran Covid-19 masih terus dijalankan, di antaranya himbauan untuk *social distancing* (menjaga jarak), PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Dalam dunia perkantoran dan pendidikan dikenal dengan istilah WFH (*Work from Home*), PJJ (Pembelajaran Jarak Jauh) dan berbagai bentuk kebijakan lain baik dalam skala lokal maupun nasional. Kebijakan-kebijakan tersebut memberikan *multiplier effect* pada berbagai lini kehidupan masyarakat. Tidak hanya dari sisi kesehatan maupun pendidikan, namun juga pada sisi kehidupan sosial masyarakat seperti kegiatan kemasyarakatan, lebih-lebih dalam persoalan perekonomian yang memiliki indikasi akan terjadinya krisis keuangan secara global.

Berdasarkan pada laporan *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* menyatakan bahwa adanya pandemi ini berimplikasi pada ancaman krisis ekonomi yang ditandai dengan terhentinya aktivitas produksi di banyak Negara, jatuhnya tingkat konsumsi masyarakat, dan hilangnya kepercayaan konsumen (OECD, 2020). Krisis ekonomi pada masa pandemi ini jauh lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan krisis moneter 1998. Krisis moneter 1998 hanya terjadi pada beberapa sektor tertentu, di antaranya merosotnya nilai tukar rupiah dan harga jual barang semakin rendah. Namun krisis ekonomi pada masa pandemi ini jauh lebih luas dampaknya, baik dalam skala mikro maupun makro, seperti ketidakstabilan dari sisi produksi, distribusi dan konsumsi masyarakat.

Peristiwa krisis moneter 1998 di Indonesia menggugah kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga stabilitas nilai tukar rupiah. Namun, pada era serba teknologi, masyarakat belum sadar sedang dijajah oleh sistem kontemporer yang bebas etika dan nilai, lebih mementingkan individu, yakni dikenal dengan paham kapitalis (Arifqi, 2019). Lebih dari itu pada masa pandemi Covid-19 justru sistem perekonomian kapitalis masih banyak berperan dari

berbagai sudut. Salah satu yang paling dominan dampaknya terhadap masyarakat yaitu terjadi pada sektor konsumsi masyarakat. Masyarakat mulai dibatasi pola konsumsinya dengan adanya penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Skala Besar). Hal ini sebagai upaya penanganan pandemi COVID-19 yang telah menimbulkan banyak kerugian ekonomi yang signifikan secara nasional (Hadiwardoyo, 2020).

Melihat catatan sejarah krisis moneter 1998, posisi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sangat berperan dalam pemulihan krisis moneter yang terjadi. Ketika banyak usaha mengalami kehancuran pada saat itu, UMKM mampu bertahan dan bahkan meningkat hingga 350 persen (Wijoyo & Widiyanti, 2020). Pada masa pandemi ini kegiatan UMKM merupakan salah satu kegiatan ekonomi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup setiap harinya.

Menurut Febrantara (2020) dampak pandemi COVID-19 kepada UMKM dapat dilihat dari sisi penawaran dan sisi permintaan. Dari penawaran, pandemi Covid-19 menyebabkan banyak UMKM mengalami kekurangan tenaga kerja; karena alasan menjaga kesehatan pekerja dan adanya pemberlakuan pembatasan sosial (*social distancing*). Hal ini menjadi salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM di Indonesia untuk terus mampu bertahan dalam membantu pemulihan perekonomian baik dalam skala mikro maupun makro.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah sektor perekonomian mikro yang bersentuhan langsung pada praktik perekonomian masyarakat, utamanya masyarakat dalam skala perekonomian menengah ke bawah. Adanya pandemi Covid-19 ini menyadarkan masyarakat bahwa UMKM adalah salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya karena tidak melibatkan sektor industri atau kerja sama dengan luar negeri. Tidak salah jika kemudian UMKM menjadi salah satu harapan besar dalam pemulihan sistem perekonomian masyarakat, atau bahkan sistem perekonomian di Indonesia.

Kegiatan UMKM pada kondisi pandemi Covid-19 ini memberikan tantangan sekaligus peluang bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Adapun tantangan yang dimaksud yaitu, perlu adanya solusi jangka pendek untuk membantu para *stakeholder* atau pelaku UMKM agar tetap berjalan maksimal dengan berbagai keterbatasan kebijakan pemerintah. Sedangkan peluangnya dapat diartikan sebagai sebuah proyek pemerintah untuk merancang aktivitas perekonomian UMKM secara mudah. Kemudahan tersebut tentu selalu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Indonesia sudah memasuki era industri 4.0 yang secara tidak langsung menuntut segala bentuk aktivitas perekonomian masyarakat berbasiskan pada teknologi atau dikenal dengan istilahnya digitalisasi UMKM.

Penelitian Baker & Judge (2020) menyebutkan bahwa UMKM termasuk yang terdampak paling buruk akibat pandemi COVID-19. Banyak pelaku usaha yang menutup usaha mereka sementara waktu; adanya ketidakstabilan konsumsi masyarakat yang semakin dibatasi; dan lebih jauh lagi adanya kendala arus kas. Dibutuhkan sistem perekonomian yang lebih handal dalam meminimalisir terjadinya krisis perekonomian. Dibutuhkan pula sumber daya manusia yang profesional. Ketika dua-duanya sudah kokoh maka tantangan perkembangan teknologi akan mudah dikendalikan. Kemampuan ahli digital dan internet mutlak harus dikuasai para pelaku UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan usaha (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017: 1-17).

Selanjutnya, Sugiri (2020), menyatakan bahwa keberhasilan kebijakan penyelamatan UMKM dari dampak pandemi COVID-19 perlu didukung strategi jangka pendek dan jangka panjang. Strategi jangka pendek yaitu memberikan dorongan layanan digital terhadap para pelaku UMKM, sedangkan strategi jangka panjang yaitu berkaitan dengan rancangan peta jalan pengembangan UMKM; membangun teknologi digital sebagai *platform* dalam proses bisnis UMKM; dan pengembangan model bisnis UMKM modern. Secara tidak langsung peran digital dalam bisnis UMKM sangat dibutuhkan di masa pandemi ini.

Hasil penelitian itu hampir sama dengan yang dilakukan oleh Ramlah Puji Astuti, dkk (2020) yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM merupakan peluang dalam memasarkan produk UMKM. Pemasaran produk UMKM akan lebih efektif dan efisien melalui pemanfaatan perkembangan teknologi saat ini. Produk UMKM sudah selayaknya berjalan bergandengan dengan perkembangan teknologi. Mohsin Shafi, dkk (2020) membahas lebih luas lagi mengenai strategi UMKM di masa Pandemi. Dalam penelitian mengenai dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Pakistan, ia menyatakan bahwa UMKM perlu terus berinovasi dengan berbagai kondisi, baik di masa pandemi maupun di masa perkembangan teknologi. Hal ini perlu strategi khusus dalam mengembangkan UMKM di masa pandemi, salah satunya melalui memaksimalkan teknologi dalam mengaplikasikan UMKM.

Hasil penelitian Hadion Wijoyo & Widiyanti (2020) menyebutkan bahwa UMKM yang tidak bisa beradaptasi dengan globalisasi, secara perlahan akan kehilangan daya saingnya. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa di masa pandemi dan berkembangnya teknologi mendorong para pelaku UMKM untuk mampu menyeimbangkan kegiatan UMKM dengan perkembangan teknologi sebagai upaya untuk pelestarian usaha tersebut.

Tidak kalah pentingnya adalah peran spiritualitas dalam bertransaksi. Dengan memperhatikan nilai-nilai spiritualitas ini juga mampu memberikan solusi untuk bangkit dari masa pandemi dengan terus mengembangkan UMKM. Hasil penelitian Suwardi & Widyawati Boediningsih (2020) menyatakan bahwa UMKM tidak akan pernah lepas dengan adanya transaksi. Islam mengatur dalam bertransaksi harus ada nilai-nilai yang dijunjung, di antara yang paling penting adalah nilai-nilai keadilan, kemitraan dan transparansi.

Melihat berbagai penelitian terdahulu, peneliti ingin melakukan penelitian yang berbeda; dengan lebih memfokuskan pada UMKM berbasis Syariah. UMKM Syariah merupakan suatu kegiatan UMKM yang dalam segala bentuk kegiatannya menerapkan nilai-nilai keislaman. Peneliti tertarik ingin mengkaji lebih luas mengenai UMKM Syariah yang dihadapkan pada perkembangan teknologi di masa pandemi, yang menjadi tantangan sekaligus peluang dalam berbisnis. Tujuan penelitian ini ingin lebih luas mengungkapkan digitalisasi UMKM berbasis Syariah di masa Pandemi Covid-19 sebagai upaya memulihkan perekonomian negara.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **DIGITAL MARKETING**

Teknologi selalu mengalami perkembangan setiap saat. Negara Indonesia termasuk salah satu *user* teknologi yang cukup menguasai dari berbagai macam bentuk teknologi. Diantara yang semakin berkembang di Indonesia yaitu penggunaan teknologi dalam dunia

usaha ataupun bisnis. *Digital marketing* menurut *American Marketing Association* (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan (Claesson & Jonsson, 2017).

Dengan perkembangan teknologi tersebut, *digital marketing* adalah salah satu cara pemasaran yang dianggap lebih efektif dan efisien dalam mencapai target pasar. *Digital marketing* sudah mulai dimanfaatkan oleh pelaku bisnis baik dalam skala makro maupun mikro. Pemasaran ini cenderung lebih memanfaatkan media elektronik (internet) sebagai lahan untuk memasarkan produknya. Menurut Chaffey, (2009) *E-Marketing (Electronic Marketing)* merupakan suatu proses pemasaran dengan menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet (Dave Chaffey, dkk, 2009).

Pada era teknologi yang terus berkembang pesat, *Digital Marketing* telah menjadi salah satu alternatif pemasaran yang terus berkembang. Banyak perusahaan mulai meninggalkan model pemasaran tradisional (*offline marketing*) dan beralih ke pemasaran modern (*digital marketing*) yang menawarkan penghematan biaya dan tenaga. Di sisi lain masyarakat sebagai konsumen mulai menyadari bahwa arus digitalisasi akan mengubah pola konsumsi mereka. Cara pemasaran secara digital memudahkan mereka dalam mengetahui macam-macam produk yang ditawarkan.

Ada beberapa kemudahan yang dirasakan konsumen dengan digital marketing. Antara lain kegiatan transaksi jual beli dapat diselenggarakan setiap saat (*real time*); lebih mudah mengakses informasi produk-produk yang ditawarkan untuk mempertimbangkan keputusan pembelian. Kemudahan pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya merupakan salah satu tujuan dalam pemasaran (Kotler & Keller, 2008). (?) Beberapa contoh market place di Indonesia yang menyediakan informasi berbagai produk antara lain Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Facebook dan lain-lain.

## **UMKM BERBASIS SYARIAH**

Di Indonesia sebagai negara berpenduduk mayoritas muslim, kesadaran masyarakat terhadap prinsip nilai-nilai keislaman dalam bertransaksi semakin meningkat. Ini membuka peluang, sehingga dunia bisnis yang beralih pada prinsip syariah semakin berkembang. Salah satu bisnis yang paling dominan menerapkan prinsip syariah yaitu lembaga keuangan, baik bank maupun non bank. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) syariah mulai berkembang setelah adanya perbankan syariah. Umumnya UMKM syariah berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, nilai-nilai keislaman dengan tetap menjunjung transparansi dan keadilan.

Dari berbagai literatur yang dirujuk, belum ditemukan definisi UMKM Syariah secara komprehensif. Secara mendasar UMKM dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan transaksi jual beli yang terjadi pada kalangan masyarakat kecil (mikro). Istilah UMKM menunjukkan bahwa para pelaku bisnis di dalamnya merupakan golongan menengah ke bawah dengan sedikit modal finansial. Modal utama pebisnis UMKM hanyalah tekad dan semangat berusaha. (?) Prinsip Syariah merupakan *basic* pengetahuan mengenai penerapan syariah Islam. Maka kegiatan UMKM jika dikaitkan dengan nilai-nilai Syariah Islam menjadi suatu lingkup kegiatan ekonomi Islam secara umum. Transaksi yang terjadi pada UMKM diatur oleh tata cara kehidupan umat beragama Islam baik berupa hukum atau peraturan,

dengan merujuk pada dasar pedoman utama yaitu, Al-Qura'n, Hadist dan Ijmak Ulama' (Qomariah Lahamid dan Nurlasera, 2018).

Kegiatan UMKM Syariah ini terjadi dalam skala mikro, yaitu terjadi antarindividu masyarakat. Kegiatan UMKM yang sering dijalankan oleh masyarakat sebagai bentuk upaya pemenuhan nafkah keluarga, seperti pedagang pinggiran atau pedagang kaki lima. Kegiatan ini sangat penting bagi mereka. Secara praktik UMKM sering dikaitkan dengan usaha yang memiliki keterbatasan modal. Kegiatan UMKM ini dikaitkan dengan bisnis kalangan orang kecil. Namun keterbatasan modal yang dibarengi dengan semangat berusaha kemudian mampu menjadi perusahaan besar dan berkembang.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, UMKM berbasis syariah merupakan kegiatan ekonomi berskala kecil di kalangan menengah ke bawah di suatu daerah yang dikelola untuk mendapatkan keuntungan, dan dalam pengelolaannya baik proses maupun produknya berdasarkan prinsip syariah Islam. Dalam usaha ini tidak ada transaksi yang melanggar nilai-nilai keislaman; seperti tidak transparan; tidak adil; dan tidak menjunjung nilai-nilai kebersamaan. Salah satu prinsip yang tepat diperuntukkan bagi pemberdayaan UMKM adalah prinsip bagi hasil (Bhakti, dkk, 2013). Yang menjadi pusat perhatian pertama dalam aplikasi kegiatan UMKM syariah ini adalah sumber daya manusia (SDM) yang perlu terus ditingkatkan. SDM ini adalah fondasi utama dalam penerapan bisnis UMKM yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan nilai-nilai keislaman.

#### **UMKM DI MASA PANDEMI COVID 19**

Pandemi Covid-19 menyebabkan banyak perubahan sosial maupun ekonomi. Perubahan ini tidak dapat dengan mudah dikembalikan seperti semula; membutuhkan banyak proses dan strategi. Salah satu yang paling terdampak yaitu sektor ekonomi. Pengaruh Covid-19 terhadap laju perekonomian dapat diidentifikasi melalui adanya kesulitan dalam berusaha atau bekerja, kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, terkendala dalam pencarian penghasilan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dan juga banyak kesusahan yang diterima dari semua sektor perekonomian (Hanoatubun, 2020).

Pandemi Covid-19 berdampak terhadap perekonomian. Hal ini membuat para pelaku ekonomi dituntut untuk banyak berinovasi dalam mempertahankan bisnisnya. Di sisi lain, dampak pandemi terhadap perekonomian ini merupakan ancaman terhadap negara. Peran negara sangat penting dalam penyelesaian masalah-masalah perekonomian tersebut, sehingga secara global banyak negara mengeluarkan kebijakan tersendiri untuk menyikapinya. Ada penelitian yang menyebutkan bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang sisi ekonominya terdampak paling parah oleh pandemi Covid 19 (Pakpahan, 2020). Maka Indonesia harus segera bertindak dan mengeluarkan kebijakan untuk mencegah terulangnya krisis ekonomi seperti yang terjadi tahun 1998.

Data sampai 17 April 2020 menyebutkan bahwa kondisi perekonomian negara terancam parah. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya banyak laporan dari pelaku UMKM di seluruh Indonesia. Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) mengonfirmasi bahwa dari 64,2 juta UMKM yang ada di Indonesia, sekitar 50 persen atau setara 30 juta UMKM harus tutup sementara akibat pandemi Covid-19 (Kompas.com, 28/7/2020). Berdasarkan data ini, ditemukan banyak persoalan yang dialami oleh UMKM di tengah pandemi; di antaranya terdapat penurunan penjualan karena berkurangnya aktivitas masyarakat; kesulitan

permodalan karena perputaran modal yang sulit diakses sehubungan tingkat penjualan yang menurun; adanya hambatan distribusi produk karena adanya pembatasan pergerakan penyaluran produk di wilayah-wilayah tertentu; adanya kesulitan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain.

Di samping itu, dampak yang terjadi pada sektor UMKM yaitu sumber daya manusia yang terbatas dan kurang mampu beradaptasi dengan perubahan (Febrantara, D, 2020). SDM adalah salah satu harapan untuk menyelamatkan UMKM di masa Pandemi. Dengan adanya SDM yang mumpuni ini berbagai kendala yang terjadi di masa pandemi akan lebih mudah teratasi.

Pemerintah juga menetapkan beberapa kebijakan sebagai upaya untuk membantu pelaku UMKM yang mengalami kesulitan di Masa Pandemi. Terdapat lima skema perlindungan dan pemulihan koperasi dan UMKM di tengah pandemi Covid-19 (Kemenkop-UMK, 2020), yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM yang miskin dan rentan; (b) membebaskan insentif pajak bagi UMKM; (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (d) menempatkan kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan (e) pelatihan secara *e-learning* dan pembentukan kesadaran terhadap pentingnya teknologi (Kemenkop-UMK, 2020).

Beberapa masalah tersebut semakin meluas jika dikaitkan dengan adanya kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diterapkan di beberapa wilayah di Indonesia. Pembatasan tersebut terjadi pada kegiatan-kegiatan yang menyebabkan kerumunan seperti sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Adanya kebijakan ini tentu berpengaruh terhadap aktivitas ekonomi. Aktivitas produksi, distribusi, dan penjualan mengalami gangguan yang pada akhirnya berkontribusi semakin dalam pada kinerja UMKM dan perekonomian nasional.

Tidak salah jika muncul kekhawatiran dari pelaku UMKM akan terjadinya penurunan perekonomian di Indonesia. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki, menjelaskan UMKM selama ini menjadi salah satu penopang ekonomi nasional. Setidaknya terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM yang berkontribusi 97 persen terhadap total tenaga kerja dan 60 persen PDB nasional. Jumlah ini menunjukkan peran UMKM sangat besar bagi perekonomian nasional. Oleh sebab itu jika separuh UMKM gulung tikar atau tutup maka dikhawatirkan akan berdampak besar bagi perekonomian nasional secara keseluruhan (Bisnis.com, 2021). Sehingga dibutuhkan tindakan cepat untuk memulihkan kembali perekonomian Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Sebagai salah satu karakteristik karya ilmiah tidak akan pernah lepas dari metode penelitian. Metode penelitian ini dibutuhkan untuk mengetahui segala proses dan tahapan dalam penelitian, mulai dari mengumpulkan data, mengklasifikasi data, mengolah data dan menginterpretasi data. Adapun penelitian ini tergolong pada penelitian pustaka atau sering dikenal dengan *library research*. Sehingga jenis penelitian ini dapat dikategorikan pada penelitian kualitatif deskriptif.

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang memiliki sasaran penelitian yang terbatas; tetapi dengan keterbatasannya dapat digali sebanyak mungkin data mengenai sasaran penelitian (Bungin, 2020). Data diperoleh berdasarkan studi berbagai literatur terkait baik berupa buku, artikel, jurnal, berita, homepage, ataupun jenis karya ilmiah lainnya. Sedangkan yang

dimaksud deskriptif menurut Sugiyono, penelitian deskriptif adalah uraian sistematis tentang teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti (Sugiyono, 2006).

Prosedur penulisan penelitian ini dilalui berdasarkan empat tahap yaitu: *pertama*, mengidentifikasi masalah. *Kedua*, mengumpulkan data. *Ketiga*, mengklasifikasikan data, dan *Keempat*, menganalisis data. Setelah data-data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, kemudian dideskripsikan dan dianalisis tanpa bermaksud menggeneralisasi populasi (Sugiyono, 2012).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### DIGITALISASI UMKM SYARIAH

Perkembangan teknologi menuntut kita untuk terus berinovasi. Masyarakat saat ini dihadapkan dengan era digital sehingga sebagian bentuk kegiatan sosial juga beralih pada sistem digital. Hal ini sulit dihindari karena teknologi berkembang setiap saat. Kegiatan sosial masyarakat berkaitan erat dengan kegiatan perekonomian, lebih spesifiknya pada kegiatan ekonomi UMKM, sehingga kegiatan ekonomi masyarakat juga tidak akan lepas dari perkembangan pesat sistem teknologi digital.

Menurut Suwatno (2017) revolusi teknologi informasi telah mengubah lanskap dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Suwatno, 2017). Di sisi ini, UMKM harus mampu memanfaatkan perkembangan teknologi informasi guna meningkatkan produktivitas usahanya. Kegiatan UMKM akan lebih berpeluang untuk berkembang dengan mengikuti pesatnya perkembangan teknologi informasi.

Kegiatan UMKM melibatkan banyak proses, di antaranya proses produksi, proses distribusi dan proses konsumsi. Dalam proses produksi teknologi dapat digunakan untuk memudahkan dan mempersingkat waktu proses produksi. Dari segi distribusi, teknologi dapat diberdayakan sebagai suatu alat untuk memasarkan produk agar sampai pada konsumen. Hal ini berkaitan erat dengan strategi pemasaran.

Saat ini strategi marketing sudah mulai beralih pada dunia teknologi. Berbagai macam platform yang menawarkan kemudahan untuk memasarkan produk UMKM, diantaranya, media sosial (Facebook, WhatsApp, Line, IG); *market place* (Bukalapak, Shopee) dan lain-lain. Platform tersebut memberikan akses kemudahan bagi konsumen dalam mengetahui barang yang ditawarkan, meskipun dalam realitasnya masih ada sebagian yang merasa kecewa terhadap barang yang diterimanya.

Pola konsumsi masyarakat menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan produk UMKM. Para pelaku UMKM melihat peluang-peluang konsumen yang ada untuk kemudian berinovasi dengan berbagai produk yang ditawarkan. Peluang-peluang tersebut dapat diketahui dengan memanfaatkan teknologi. Ringkasnya dengan mengetahui pola konsumsi masyarakat, pelaku UMKM akan lebih mudah untuk menentukan produk UMKM mereka.

Kondisi UMKM saat ini masih memiliki keterbatasan dalam mengaplikasikan teknologi. Salah satu penyebabnya yaitu adanya keterbatasan akses teknologi, yang masih belum menyentuh secara merata ke pelosok-pelosok desa di Indonesia. Hal ini menjadi salah satu penyulit pengembangan UMKM. Dengan demikian, untuk mengatasi permasalahan



tersebut diperlukan peningkatan SDM yang mumpuni dalam bidang teknologi dan akses permodalan untuk UMKM.

Digitalisasi UMKM Syariah merupakan istilah yang dibangun oleh peneliti. Digitalisasi UMKM Syariah adalah salah satu usaha UMKM berbasis media teknologi baik dari proses produksi, distribusi maupun konsumsi yang menerapkan nilai-nilai keislaman dalam kegiatan transaksinya, baik pada proses produksi, distribusi dan konsumsi. Digitalisasi UMKM telah menjadi sesuatu hal yang tidak dapat dielakkan, sekaligus menjadi salah satu peluang dan tantangan bagi para pelaku UMKM yang jumlahnya sangat besar di Indonesia. Peluangnya untuk mempermudah proses layanan kegiatan UMKM, sedangkan tantangannya berhadapan dengan minimnya sumber daya manusia yang mumpuni dalam usaha UMKM berbasis digital.

Kegiatan UMKM berbasis syariah ini adalah salah satu upaya peningkatan ekonomi syariah di Indonesia. UMKM syariah juga memiliki perbedaan yang krusial jika dikaitkan dalam transaksi UMKM secara konvensional. UMKM syariah lebih mementingkan nilai-nilai transparansi dan selalu menjunjung nilai-nilai keadilan dalam segala kegiatannya. Tidak melibatkan kegiatan yang dapat merugikan salah satu atau kedua belah pihak, serta selalu berpedoman pada syariah Islam sebagai fondasi utama.

#### **DIGITALISASI UMKM SYARIAH SEBAGAI UPAYA PEMULIHAN PEREKONOMIAN INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID 19.**

Islam merupakan agama yang komprehensif pada setiap keadaan. Islam sejak dulu sudah mengajarkan tentang nilai-nilai spiritual, etika, moral dalam bersosial masyarakat. Hal ini salah satu fungsinya untuk memberikan pedoman hidup sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Banyak sekali tuntunan Islam yang mendorong pemeluknya agar mau berusaha dan bekerja keras agar tercapai hidup yang layak di dunia maupun akhirat. Salah satu ayat Al-Qur'an, QS. QS.Al-Taubah: 105 yang artinya " *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan"*.

Kondisi perekonomian di Indonesia di masa pandemi Covid-19 saat ini mengalami ketidakstabilan. Ketidakstabilan ini disebabkan adanya beberapa pembatasan kegiatan sosial yang itu sangat berpengaruh pada sektor perekonomian masyarakat. Contohnya PSBB, WTF dan pembatasan kegiatan lainnya. Digitalisasi UMKM Syariah adalah salah satu usaha UMKM berbasis teknologi dengan menerapkan nilai-nilai keislaman. Ini menjadi salah satu tawaran solusi untuk memulihkan perekonomian Indonesia.

Pemulihan perekonomian Indonesia tidak akan pernah dipisahkan dengan kegiatan digital masyarakat. Berbagai kegiatan sosial beralih dengan menggunakan virtual, begitupun dalam bertransaksi. Pola dan layanan transaksi tersebut dikemas dengan beberapa kemudahan agar masyarakat mampu mengaplikasikannya, meskipun nyatanya masih ada banyak problem di dalamnya. Hadirnya teknologi ini mampu mengubah banyak perilaku masyarakat, yang awalnya hanya bertransaksi secara tatap muka, justru dengan mudahnya teknologi kapan pun dan di mana pun bisa bertransaksi.

Akibat dari beralihnya sistem transaksi tatap muka pada sistem virtual ini, sikap dan gaya hidup masyarakat mulai berubah. Ada yang merasakan kepuasan dan ada pula yang merasakan keterbatasan kepuasan. Di sisi lain, masyarakat juga menjadi semakin peka dan kritis terhadap setiap perubahan dengan memaksimalkan mudahnya akses informasi.

Sehingga para pelaku ekonomi UMKM semakin kreatif, aktif dan produktif dalam menjalankan usahanya. Sejalan dengan perubahan tersebut, maka munculah beragam bentuk inovasi perekonomian di masa pandemi ini yaitu dikenal dengan sebutan digitalisasi UMKM.

Penerapan digitalisasi UMKM Syariah di masa pandemi adalah suatu peluang baru untuk memulihkan perekonomian masyarakat Indonesia. Dalam penerapannya tentu membutuhkan banyak elemen yang harus terlibat. Salah satunya peran pemerintah yang sangat krusial sebagai pemangku kebijakan perekonomian Indonesia. Pemerintah telah melakukan kebijakan terhadap UMKM di masa Pandemi. Terdapat lima skema perlindungan dan pemulihan koperasi dan UMKM di tengah pandemi Covid-19, yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM yang miskin dan rentan; (b) insentif pajak bagi UMKM; (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (d) menempatkan kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan (e) pelatihan secara *e-learning* (Kemenkop-UKM, 2020)

Kegiatan digitalisasi UMKM Syariah tidak akan lepas dari tiga aspek penting yang harus dikuasai, yaitu dimulai dari proses produksi, distribusi dan konsumsi. Pada masa pandemi Covid-19 ini baik dalam hal produksi, distribusi, dan konsumsi, dibutuhkan kejujuran dan kepercayaan yang tinggi bagi para pelaku ekonomi. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM syariah untuk memanfaatkan kesempatan secara maksimal dengan menciptakan pelayanan berdasarkan kejujuran dan prinsip-prinsip Islam dalam berwirausaha. Hal ini tidak lain bertujuan untuk menciptakan kepercayaan masyarakat melalui hadirnya digital (?) dalam dunia UMKM.

Bagi pelaku UMKM, pesatnya perkembangan teknologi ini merupakan jalan keluar untuk mengatasi salah satu permasalahan pokok yang sering dihadapi oleh UMKM yakni persoalan distribusi atau pemasaran. Penelitian Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa masalah pemasaran merupakan masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM setelah permasalahan pendanaan. Selain kedua permasalahan tersebut, permasalahan lain yakni permasalahan bahan baku, kualitas tenaga kerja, dan distribusi transportasi.

UMKM juga merupakan suatu kegiatan ekonomi yang banyak diaplikasikan masyarakat dan terbukti mampu bertahan dalam krisis ekonomi 1998 yang pernah terjadi di Indonesia (Syarif, 2008). Kegiatan ekonomi Islam secara umum, dalam mengembangkan UMKM tidak hanya kemampuan atau skill yang dibutuhkan, melainkan bagaimana seorang pengusaha mampu menerapkan beberapa prinsip untuk membangun dan mengembangkan usaha. Di samping itu juga diharapkan mampu memudahkan para pelaku UMKM dalam menciptakan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Dalam menjalankan UMKM syariah tentu tidak akan pernah lepas dari prinsip-prinsip dasar dalam menentukan produk yang akan ditawarkan. Sebagaimana tertuang dalam firman Allah Q.S An-Nahl: 115: Artinya: *“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (hewan) yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barang siapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak pula melampaui batas, maka sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”*. Ayat ini menjadi panduan yang jelas bagi pelaku UMKM agar menentukan produk yang akan diperjualbelikan merupakan produk yang halal serta baik untuk dikonsumsi. Di Indonesia sudah diatur adanya beberapa produk halal yang sesuai dengan standar yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Negara Indonesia termasuk salah satu negara berkembang di Asia tentu terus melakukan pergerakan untuk memajukannya, baik dari segi pendidikan, hukum, dan ekonomi. Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah. Peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk mengatur kekayaan alam tersebut. (?) Di samping itu, pemerintah juga perlu memperhatikan keberadaan UMKM. Alasannya, UMKM adalah salah satu instrumen perekonomian berskala mikro yang mampu memberikan banyak peluang kerja serta mampu membangkitkan perekonomian masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan bahwa hadirnya UMKM pada masa krisis moneter 1998 telah mampu menyelamatkan masyarakat dari keterpurukan ekonomi.

Digitalisasi UMKM Syariah di masa pandemi ini adalah salah satu instrumen untuk memulihkan perekonomian Indonesia. Sebab, kegiatan ini mampu memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi perekonomiannya. Masa pandemi Covid-19 menuntut kita untuk terus berinovasi. Menurut salah satu penelitian yang dilakukan oleh Febrantara menyebutkan bahwa dampak pandemi terhadap UKM atau UMKM diyakini dapat lebih besar jika tidak segera teratasi (Febrantara, D, 2020). Salah satu jalan keluar untuk mengatasi tersebut yaitu melalui penerapan digitalisasi UMKM Syariah. Digitalisasi UMKM ini sangat relevan jika diterapkan di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam.

Pengembangan UMKM Syariah secara digital harus memiliki beberapa instrumen tertentu dalam menjalankan kegiatan usaha UMKM. Berikut secara umum instrumen dalam penerapan UMKM Syariah secara digital:

- a. Mematuhi atas peraturan yang berlaku, baik dalam lingkup mikro maupun hukum negara yang berlaku.
- b. Harus memiliki kecerdasan dan kemampuan dalam menarik pembeli tanpa berkesan memaksa.
- c. Menjunjung transparansi dalam bertransaksi.
- d. Memprioritaskan kepuasan konsumen.
- e. Memberikan layanan yang ramah.

Berdasarkan beberapa landasan dasar penerapan digitalisasi UMKM Syariah di Indonesia dapat diketahui bahwa hal-hal tersebut adalah suatu keharusan yang perlu diaplikasikan bersama untuk membangkitkan kembali keadaan perekonomian Indonesia. Penelitian pada tahun 2015 oleh Wardhana menemukan bahwa strategi *digital marketing* berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMK dalam memasarkan produknya. Secara tidak langsung praktik UMKM secara digital harus terus dikembangkan. Hal ini perlu diterapkan melalui 3 komponen dasar dalam kegiatan ekonomi, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.

Peneliti menemukan bahwa dalam penerapan digitalisasi UMKM Syariah di Indonesia tentu memiliki keunggulan dan kelebihan masing-masing. Berikut secara terperinci, yaitu:

Keunggulan dalam penerapan digitalisasi UMKM Syariah di Indonesia

1. Penentuan target pasar lebih mudah
2. Proses transaksi lebih cepat
3. Biaya marketing lebih murah daripada pemasaran secara konvensional
4. Kemudahan akses informasi mengenai barang yang ditawarkan
5. Hasil dapat diukur dengan mudah dan *simple*

#### Kelemahan Digitalisasi UMKM Syariah di Indonesia

1. Sulitnya membangun kepercayaan masyarakat, karena masyarakat masih banyak yang kurang memahami dunia digital
2. Memberikan peluang untuk disalahgunakan pihak-pihak tertentu, sehingga bisa berisiko terjadinya penipuan.
3. Keterbatasan SDM UMKM maupun Konsumen UMKM dalam mengenal dunia digital.

Dari beberapa keunggulan dan kelemahan penerapan Digitalisasi UMKM Syariah di Indonesia, sangat perlu terus digalakkan dan diperkenalkan pada masyarakat atas pentingnya penerapan UMKM Syariah secara digital. Masyarakat adalah peran utama dalam mewujudkan perkenomian Indonesia di masa pandemi melalui digitalisasi UMKM Syariah. Di samping itu peran pemerintah selaku pemberi kebijakan sudah selayaknya untuk melihat beberapa potensi dan peluang kegiatan UMKM dalam menyokong perekonomian Indonesia di masa pandemi Covid-19.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi Covid-19 menjadi isu global yang terjadi di berbagai Negara, termasuk di Negara Indonesia. Kebijakan pemerintah Negara Indonesia selama ini dalam memutus rantai penyebaran Covid-19 masih terus dijalankan. Kebijakan-kebijakan tersebut tentu sangat memberikan *multiplier effect* pada berbagai lini kehidupan masyarakat, utamanya sangat berdampak pada sektor perekonomian. Salah satunya yaitu terjadi pada kegiatan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Kegiatan UMKM salah satu alternatif dalam memulihkan perekonomian Indonesia. UMKM harus mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan produktivitas usahanya. Usaha UMKM melibatkan proses produksi, proses distribusi dan proses konsumsi. UMKM juga merupakan suatu kegiatan ekonomi yang banyak diaplikasikan masyarakat dan terbukti mampu bertahan dalam krisis ekonomi 1998 yang pernah terjadi di Indonesia. Kegiatan UMKM di Indonesia yang mayoritas beragama Islam, tentu kegiatan UMKM sangat relevan jika dikaitkan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Pengembangan UMKM Syariah secara digital harus memiliki beberapa instrumen tertentu dalam menjalankan kegiatan usahanya. Berikut secara umum instrumen dalam penerapan UMKM Syariah secara digital; *pertama* mematuhi atas peraturan yang berlaku, baik dalam lingkup mikro maupun hukum negara yang berlaku. *Kedua*, harus memiliki kecerdasan dan kemampuan dalam menarik pembeli tanpa berkedan memaksa. *Ketiga*, menjunjung transparansi dalam bertransaksi. *Keempat*, memprioritaskan kepuasan konsumen. *Kelima*, memberikan layanan yang ramah. Secara umum praktik UMKM Syariah secara digital harus terus dikembangkan melalui 3 komponen dasar dalam kegiatan ekonomi, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi sesuai prinsip-prinsip syariah.

Hasil dari penelitian ini masih membutuhkan penelitian lanjutan. Hal ini diharapkan mampu untuk memberikan tawaran konsep baru mengenai pengembangan digitalisasi UMKM baik secara konvensional maupun syariah. UMKM memiliki banyak peran bagi masyarakat utamanya dalam menolong perekonomian kelas menengah ke bawah. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memberikan data lapangan yang mampu memperkuat teori-teori mengenai UMKM Syariah di tengah perkembangan teknologi dan kondisi perekonomian yang kurang stabil.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arifqi, M.M. (2019). Konsep Empowerment Sebagai Instrumen Pembangunan Ekonomi Islam (Telaah Kritis Pemikiran Ibnu Khaldun dan Umer Chapra). *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 4(2): 125—138. <http://dx.doi.org/10.21093/at.v4i2.1356>.
- Astuti, R.P., Kartono, K., dan Rahmadi, R. (2020). Pengembangan UMKM Melalui Digitalisasi Teknologi Dan Integrasi Akses Permodalan. *Ethos. Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 8(2): 248—256. <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i2.5764>
- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. *Columbia Law and Economics Working Paper* (620). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3571460>
- Bhakti, R.T.A., Bakri, M., Hamidah, S. (2013). Pemberdayaan Umkm dan Lembaga Keuangan Syariah Melalui Prinsip Bagi Hasil. *De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*, 5 (1): 1—15. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v5i1.2990>
- Bisnis.com. (2020, 12 Oktober). Sektor UMKM Jadi Kunci Pemulihan Ekonomi Di Tengah Pandemi. <https://m.bisnis.com/amp/read/20201012/9/1303691/sektor-umkm-jadi-kunci-pemulihan-ekonomi-di-tengah-pandemi>. Diakses 15/01/2021.
- Bungin, B. (2020). Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., and Johnston, K. (2009). Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. 4<sup>th</sup> Edition. United States: Prentice Hall.
- Claesson, A., & Jonsson, A. (2017). The Confusion of Content Marketing: A Study to Clarify The Key Dimensions of Content Marketing. Sweden: Högskolan Kristianstad. Tersedia di <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1112893/FULLTEXT01.pdf>. Diakses 23/01/2021.
- Farhanah (2020, 9 September). UMKM Terdampak Pandemi, Pemerintah dan Swasta Gotong Royong Dorong Pertumbuhan Ekonomi. *KOMPAS.com*. <https://money.kompas.com/read/2020/09/09/143611226/umkm-terdampak-pandemi-pemerintah-dan-swasta-gotong-royong-dorong-pertumbuhan>. Diakses 15/01/2021.
- Febrantara, D. (2020, 19 April). Bagaimana Penanganan UKM di Berbagai Negara Saat Ada Pandemi Covid-19?. *DDTC News*. Diakses dari: <https://news.ddtc.co.id/bagaimana-penanganan-ukm-di-berbagai-negara-saat-ada-pandemi-covid-19-20386>
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Baskara, Journal of Business and Entrepreneurship* 2(2): 83-92. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/baskara/article/view/6207>
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1): 146-153. Diakses dari: <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycounts/article/view/423>
- Ihsanudin. (2020, 16 Maret). Jokowi: Kerja Dari Rumah, Belajar Dari Rumah, Ibadah Di Rumah Perlu Digencarkan. *KOMPAS.com*. Diakses dari: <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/16/15454571/jokowi-kerja-dari-rumah-belajar-dari-rumah-ibadah-di-rumah-perlu-digencarkan?page=all>
- Kemenkop-UKM. (2020). Menkop dan UKM Paparkan Skema Pemulihan Ekonomi KUKM di Masa dan Pasca COVID-19. Diakses dari: <http://www.depkop.go.id/read/menkop-dan-ukm-paparkan-skema-pemulihan-ekonomi-kukm-di-masa-dan-pasca-covid-19>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lahamid, Q., dan Nurlasera. (2018). Hambatan Dan Upaya Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kreatif Berbasis Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Budaya* 15(1): 27—36. <http://dx.doi.org/10.24014/sb.v15i1.4992>
- OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development). (2020). Coronavirus (Covid-19): SME Policy Responses. Diakses 23 April 2020 dari [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119\\_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19\\_SME\\_Policy\\_Responses](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses). Diakses 23 April 2020.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1): 1—17. <https://doi.org/10.21009/JPPM.001.1.01>

- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1): 76—86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwardi, & Boediningsih, W. (2020). Tata Kelola Pengembangan Usaha UKM Berbasis Syariah. *Jurnal Hukum Bisnis* 4(1). <https://doi.org/10.31090/hukumbisnis.v4i1.1027>
- Suwatno. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syarif, T. (2008). *Kajian Efektifitas Model Promosi Pemasaran Produk UMKM*. Jakarta: Grafindo.
- Wijoyo, H. & Widiyanti, . (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Pandemi Covid-19. Dalam: *Prosiding Seminar Nasional Kahuripan, Tahun 2020*.