



# PEMULIHAN SEKTOR UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 MELALUI PERDAGANGAN INTERNASIONAL

**Doni Setiyawan**

Universitas Islam Negeri Salatiga

[Donysetiyawan168@gmail.com](mailto:Donysetiyawan168@gmail.com)

**Mochlasin**

Universitas Islam Negeri Salatiga

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan solusi cepat dalam pemulihan sektor UMKM setelah terjadinya gelombang pandemi Covid-19. Pasca pandemi Covid-19, perubahan cara konsumsi menuntut pelaku UMKM lebih inovatif. Data dari penelitian ini menunjukkan hampir 70% dari 571 UMKM terpaksa berhenti produksi akibat penurunan permintaan pasar (Survey oleh Organisasi Perburuhan Internasional). Kementerian Koperasi dan UMKM menyatakan bahwa hal tersebut dipengaruhi oleh tiga hal yaitu arus kas akibat PHK secara besar-besaran, *supply* barang terhambat, dan minat beli konsumen yang semakin menurun. Penelitian yang dipakai yakni Kualitatif melalui Pendekatan Studi Pustaka mendalam, untuk menghasilkan kesimpulan yang utuh dan komprehensif dengan melakukan analisis dokumen dan literatur sebagai data utama. Hasilnya, perdagangan internasional dapat dimanfaatkan oleh setiap UMKM untuk mencari peluang mereka di pasar luar negeri agar pemulihan pada sektor UMKM cepat teratasi.

**Kata Kunci:** *Covid-19, Pemulihan UMKM, Perdagangan Internasional*

## 1. Pendahuluan

Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 dan merupakan turunan dari virus yang sudah ada sebelumnya, yaitu virus SARS dan MERS. Covid-19 juga tergolong baru bagi dunia kesehatan. Covid-19 menyerang sistem pernapasan dengan gejala demam, batuk dan sakit tenggorokan. Menurut World Health Organization (WHO), penyakit ini terdeteksi berasal dari daerah Wuhan di China pada bulan Januari 2020. Dengan adanya wabah ini, dunia mengalami dilema.

Dilema ini memaksa negara untuk memberikan ultimatum Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dikenal dengan PPKM. Isi dari PSBB saat itu adalah himbauan kepada masyarakat untuk melakukan *social distancing*, mengurangi keramaian, dan melakukan isolasi mandiri. PSBB tidak hanya memberikan dampak signifikan kepada para penguasa maupun industri raksasa, tetapi juga rakyat kecil yang harus menerima imbasnya. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pun terancam keberadaannya. Pendapatan yang berkurang, menyebabkan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) besar-besaran menjadi jalan pintas sebagai solusi bagi perusahaan besar. Padahal, sektor ini bisa menyerap tenaga kerja sebanyak 97%. Sedangkan untuk para pedagang kecil, rata-rata mereka sudah paham mengenai bahaya Covid-19. Namun tidak bisa berbuat banyak karena harus tetap berjualan demi melanjutkan hidup, meskipun hasil penjualan mereka berkurang setiap harinya.

Tercatat tahun 2019, kegiatan impor dan ekspor mengalami perubahan grafik menurun secara signifikan daripada tahun sebelum covid-19. Kegiatan ekspor turun hingga 6,85% dan impor turun lebih banyak sekitar 9,53%. Adanya penurunan di kegiatan ekspor mencakup seluruh sektor kecuali produk pertanian. Adapun penyebab turunnya kegiatan impor dikarenakan oleh penurunan impor produk konsumsi hingga 16,8%. Penurunan impor produk konsumsi mengindikasikan daya beli masyarakat yang rendah. Seperti yang kita ketahui, pandemi covid-19 yang muncul ini sangat berpengaruh terhadap finansial masyarakat. Keuangan mereka diatur sedemikian rupa untuk mengantisipasi kemungkinan terburuk dikemudian hari. Maka dari itu, keputusan pembelian mereka lebih selektif. Berikut perubahan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dari Januari 2018 hingga Juli 2020.



Gambar 1. PDB Indonesia

Pada gambar di atas dapat diketahui PDB Indonesia yang paling tinggi yaitu di bulan Oktober 2019. Saat awal tahun 2020, terjadi penurunan yang signifikan dan terus turun ke titik terendah pada bulan Juli 2020. Akibatnya, ekonomi Indonesia

mengalami krisis hingga memerlukan sebuah kebijakan terkait stimulus fiskal, sektor keuangan, dan stimulus moneter.

Setelah melalui masa-masa sulit berbisnis, UMKM mulai bangkit dengan memanfaatkan *e-commerce* sebagai media dalam jual beli. *E-commerce* merupakan sarana penjualan, pemasaran, maupun pembelian produk dengan pemanfaatan jaringan komputer dan internet. Transaksi elektronik ini memungkinkan pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung karena adanya pihak ketiga sebagai perantara bisnis. Kemunculan *e-commerce* dianggap sebagai angin segar bagi para pelaku bisnis. Mereka memanfaatkan *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis tidak hanya lokal, melainkan juga internasional. Tindakan ini dipicu oleh dukungan pemerintah terhadap perdagangan internasional antara Indonesia dengan negara-negara lain.

Perdagangan internasional sendiri adalah tempat atau media jual beli dengan menjalin kerjasama antar negara. Perdagangan jenis ini mencakup skala yang sangat besar karena melibatkan hubungan negara satu dengan lainnya dalam mempromosikan sebuah produk baik itu jasa atau barang. Perdagangan internasional sangat krusial terhadap sebuah negara karena secara tidak langsung berdampak pada penerimaan investor, secara langsung berdampak pada adanya alokasi sumber daya, dan perekonomian yang selalu bertumbuh.

## **2. Metode Penelitian**

Metode Penelitian menggunakan Pendekatan Kualitatif melalui Studi Pustaka yang mendalam, untuk menghasilkan kesimpulan utuh dan komprehensif dengan melakukan analisis dokumen dan literatur sebagai data utama yang dijadikan acuan utama penulisan atikel ini (Sugiyono, 2019). Proses penelitian kualitatif ini diawali dengan penentuan topik penelitian dan mencari literatur yang relevan dengan topik terkait melalui sumber jurnal, buku dan dokumen terkait. Kemudian data yang didapat dikumpulkan dan dianalisis secara sitematis.

## **3. Hasil Dan Pembahasan**

### **3.1. Perdagangan Internasional**

Perdagangan internasional memberikan pengaruh tidak hanya terhadap pembisnis, melainkan juga pertumbuhan ekonomi negara. Terlebih jika kegiatan ekspor mendominasi impor sehingga pendapatan nasional akan naik. Manfaat yang dirasakan berupa adanya cadangan devisa, peluang kesempatan kerja, dan kenaikan modal. Pembisnis yang dapat memanfaatkan peluang dengan baik memungkinkan pemindahan tempat produksi. Suatu negara yang mengalami kenaikan impor pada produk tertentu berakibat terdorongnya keinginan untuk memproduksi produk di negara importir.

Perdagangan internasional memberikan pengaruh terhadap sektor produksi, yaitu:

#### A. Spesialisasi produksi

Setiap negara yang terlibat dalam produksi barang akan menunjukkan keunggulannya. Spesialisasi produksi penuh terjadi pada keadaan *constant cost*. Sebaliknya spesialisasi tidak penuh terjadi pada keadaan *increasing-cost*. Manfaat dari spesialisasi tidak dapat dirasakan oleh masyarakat selain dengan adanya kegiatan menukar produk yang diproduksi dengan produk yang dibutuhkan. Beberapa faktor yang menyebabkan spesialisasi kadang tidak bermanfaat yaitu:

##### 1. Pasar luar negeri yang tidak stabil

Misalnya saja terdapat negara yang berambisi mendapat spesialisasi perdagangan sehingga memusatkan pada produksi kayu dan karet. Ketika harga kayu dan karet jatuh, maka perekonomian nasional berada di titik terbawah. Berbeda dengan negara yang memproduksi beberapa jenis barang untuk kebutuhan nasional maupun untuk ekspor. Ketika terjadi penurunan harga satu barang, setidaknya perekonomian masih aman karena ditunjang oleh barang lain. Hal ini pernah terjadi pada Maldives. Maldives disebut sebagai surga dunia, dimana mereka menawarkan keindahan panorama pantai dan alam. Pariwisata menjadi sektor satu-satunya yang menunjang perekonomian seluruh masyarakat di daerah tersebut. Ketika covid-19 melanda dan turunnya angka kunjungan wisata, ekonomi masyarakat Maldives turut memprihatinkan karena tidak ada turis yang datang selama beberapa bulan. Pendapatan riil masyarakat mungkin bisa maksimal dengan adanya spesialisasi, namun hal tersebut juga sebanding dengan resiko pendapatan yang tidak stabil di kemudian hari.

UMKM juga harus menyiasati masalah spesifikasi. Sebagian besar UMKM terbuai ketika mereka masuk ke pasar internasional. Saat suatu produk bernilai besar di pasar internasional, mereka fokus memproduksi satu barang saja dengan skala yang besar. Ketika produk tersebut sangat bergantung dengan ketersediaan bahan pokok yang nilainya bisa sewaktu-waktu goyah, UMKM akan terpuruk jika ternyata nilai produk jatuh ke titik terendah yang mengakibatkan penurunan omzet.

##### 2. Keamanan nasional

Hubungan suatu negara yang menandatangani kerja sama bisa saja suatu saat retak atau bermasalah akibat faktor-faktor tertentu. Masalah hubungan antar negara bisa menggoyahkan keamanan nasional, terlebih jika adanya permusuhan. Misalnya negara A hanya bisa memproduksi karet sedangkan kebutuhan makanan harus diimpor. Jika keamanan nasional bermasalah, maka negara A akan kesulitan mencari bahan makanan bagi

warga negaranya. Keamanan nasional juga bisa terjadi jika negara yang mengajukan permintaan mengalami krisis kepercayaan terhadap barang dari negara A. Misalnya suatu saat pihak imigrasi negara B mendapati snack dari negara A diselipkan ganja. Ketika UMKM mengeksport produk yang sama namun dengan merek berbeda, negara B melakukan pengawasan ketat terhadap barang tersebut. Barang bisa ditahan lama oleh pihak imigrasi. UMKM yang melakukan spesialisasi akan mengalami penurunan permintaan dari negara tersebut.

#### B. *Investible Surplus* Meningkat

Pendapatan riil masyarakat dapat meningkat melalui perdagangan. Tingginya angkut tersebut menandakan bahwa sebuah negara mampu menyisihkan sumber dana ekonomi yang lebih besar untuk investasi. Tingginya laju pertumbuhan ekonomi sebanding dengan dengan tingginya investasi.

### 3.2. UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha milik badan atau perorangan yang mempunyai kekayaan bersih sebesar Rp 50.000.000 dengan maksimal omzet tahunan sebesar Rp. 300.000.000. UMKM biasanya dibentuk oleh sekelompok masyarakat yang memiliki ide bisnis dengan merekrut masyarakat sekitar agar sama-sama meningkatkan perekonomian. Taraf hidup masyarakat menjadi lebih baik dengan adanya UMKM.

Terdapat survey yang ditujukan untuk mengetahui dampak dari pandemi covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. Hasil yang didapat yaitu hampir 70% dari 571 UMKM terpaksa berhenti produksi akibat penurunan permintaan pasar (Survey oleh Organisasi Perburuhan Internasional). Profit dan kegiatan operasional adalah bagian yang paling terkena dampak dari pandemi ini. Kementerian Koperasi dan UMKM menyatakan bahwa hal tersebut dipengaruhi oleh tiga hal yaitu arus kas akibat PHK secara besar-besaran, *supply* barang terhambat, dan minat beli konsumen yang semakin menurun. Jika UMKM semakin terpuruk, akan semakin tinggi tingkat pengangguran di Indonesia. Padahal UMKM sendiri memiliki peran strategis seperti:

#### A. Menciptakan lapangan pekerjaan

UMKM mendorong individu yang minim kemampuan untuk dapat bergerak dan bekerja menghasilkan sesuatu. Bisa dibayangkan proses perekrutan UMKM ini tergolong mudah, karena mengutamakan semangat seseorang untuk mau belajar. Dari hal tersebut tercipta lapangan pekerjaan yang banyak.

#### B. Mengurangi pengangguran

Pengangguran dapat dikurangi dengan keberadaan UMKM. Para pekerja yang sudah memiliki skill, bisa jadi mereka memutuskan untuk membuat bisnis sendiri, merekrut lebih banyak pegawai, dan dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

#### C. Peningkatan perekonomian rakyat menengah ke bawah

UMKM biasanya berisi pekerja yang termasuk golongan menengah ke bawah. Adanya UMKM membantu mereka untuk memperoleh penghidupan yang layak tanpa harus berjuang ke kota besar. Maka dari itu, peralihan bisnis konvensional ke digital dengan menggunakan e-commerce diharapkan membantu pelaku UMKM untuk bisa bangkit dari keterpurukan mengingat saat ini hampir sebagian besar aktivitas dilakukan di rumah dan konsumen dapat membeli hanya dengan menggunakan ponsel.

Cara-cara yang dapat digunakan untuk pemulihan ekonomi UMKM melalui perdagangan internasional yaitu:

##### 1. Memanfaatkan *e-commerce*

*E-commerce* menawarkan banyak kelebihan daripada toko fisik. Misalnya saja, biaya yang dikeluarkan untuk membuat toko fisik bisa terbilang sangat besar hanya untuk satu toko. Biaya tersebut meliputi sewa tempat, pembelian furnitur, sewa karyawan, memastikan ketersediaan barang, belum dengan biaya perawatan. Sedangkan melalui *e-commerce*, sebuah toko tidak harus memiliki toko fisik karena konsumen hanya memilih barang dan memastikan bahwa barang tersebut ada ketika mereka membutuhkan. Adapun kelebihan lain dari *e-commerce* yaitu:

##### a. Memudahkan proses pemasaran produk

Kemudahan *e-commerce* tidak seputar proses jual-beli saja, melainkan juga kemudahan bagi pelaku bisnis dalam memasarkan produk mereka melalui media digital. Sewa iklan online saat ini semakin menjamur dengan teknik pemasaran yang unik dan kreatif agar calon konsumen tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk yang ditawarkan.

##### b. Memudahkan proses pembayaran

Jika transaksi konvensional harus menggunakan uang fisik, saat ini *e-commerce* memanfaatkan uang digital dalam proses pembayaran. Konsumen akan disajikan beberapa pilihan sistem pembayaran yang tidak hanya melalui transfer bank, tetapi juga kredit atau melalui dompet digital. Beberapa dompet digital yang terkenal yaitu LinkAja, OVO, GoPay, dan DANA.

##### c. Kemudahan fitur

Pembeli milenial saat ini lebih nyaman bertransaksi melalui *e-commerce* karena terdapat fitur-fitur yang memudahkan pengguna seperti pesan kepada penjual, fitur pencarian barang, fitur menyaring barang sesuai harga atau jenis, hingga melihat barang tersebut bagus atau tidak melalui *review* pembeli lain. Berbeda dengan toko fisik yang harus menghabiskan waktu dari tempat satu ke tempat lain hanya untuk mencari barang yang diinginkan.

Sedangkan manfaat *e-commerce* untuk pelaku UMKM yaitu:

a. Menghemat waktu

Proses upload barang di *e-commerce* terbilang cepat. Pelaku bisnis dapat menentukan foto yang akan diunggah, deskripsi produk, dan harga yang tertera. Menghemat waktu juga berlaku dalam proses pembelian. Konsumen yang suka dengan sebuah produk akan memasukkan produk ke keranjang, memilih metode pembayaran, dan produk siap dikemas. Waktu yang dihabiskan untuk aktivitas tersebut hanya sekitar hitungan menit.

b. Peluang bisnis lintas wilayah

Berbisnis melalui *e-commerce* tidak hanya dapat menjangkau calon konsumen di kawasan tertentu, melainkan cakupan yang lebih jauh baik nasional hingga internasional. Misalnya saja pada aplikasi Shopee dan Lazada, produk dapat dibeli meskipun pengirimannya dari China. Kecanggihan ekspedisi sangat menguntungkan penjual dan pembeli untuk transaksi lintas daerah bahkan lintas negara.

c. Meminimalisir modal

Bisnis melalui *e-commerce* biasanya hanya memaksimalkan modal untuk pengadaan barang dan pemasaran. Tidak ada biaya membuka toko fisik dianggap hal yang menguntungkan.

d. Menghadirkan fleksibilitas tinggi

Fleksibilitas ini sangat dirasakan oleh konsumen. Konsumen tidak dibatasi waktu untuk melihat tampilan produk kapan saja. Mereka dapat mengakses *e-commerce* dalam waktu 24 jam untuk memilih penawaran produk yang tidak terbatas.

e. Meningkatkan mutu SDM

*E-commerce* erat kaitannya dengan kecanggihan teknologi. Ketika seorang pebisnis memutuskan untuk memilih media digital sebagai sarana pemasaran dan penjualan, maka mereka sudah menerima konsekuensi untuk terus belajar mengenai teknologi. Saat ini lumrah ditemukan pebisnis yang dapat membaca grafik pasar atau memperhitungkan target pasar yang

tepat dan tren terkini melalui internet. Kemampuan “melek digital” mengantarkan pebisnis Indonesia dapat bersaing dengan pebisnis dari negara lain untuk memperkuat mutu sumber daya manusia di Indonesia.



Sumber: SIRCLO Insights (2020)

Gambar 2. Peningkatan penjualan di *e-commerce*

Pada gambar di atas dapat terlihat bahwa produk sanitasi, makanan, dan minuman yang paling tinggi mengalami peningkatan selama pandemi covid-19 tahun 2020. Tercatat *handsainitizer* pada bulan Januari ke Februari meningkat sebesar 531% dan dari Februari ke Maret sebesar 545%. Produk sabun pencuci tangan naik sebesar 355% dari bulan Januari hingga Maret. Produk vitamin naik dari bulan Januari ke Februari sebesar 210% dan Februari-Maret sebesar 242%. Produk sanitasi yang paling signifikan kenaikannya adalah tisu basah yaitu dari Januari-Februari sebesar 227% dan Februari-Maret 567%. Adapun produk makanan dan minuman melalui *e-commerce* mengalami kenaikan dari Februari-Maret sebesar 143% dan Maret-April sebesar 260%. Gambar di atas hanya sampel yang menunjukkan pengaruh *e-commerce* terhadap penjualan beberapa produk. Angka tersebut diperkirakan akan selalu mengalami peningkatan meskipun suatu saat sistem *work from home* tidak lagi diberlakukan.

## 2. Meningkatkan produktivitas

Produktivitas sangat berpengaruh terhadap peluang UMKM di pasar internasional. Unsur utama untuk meningkatkan produktivitas yaitu:

### a. *Economies of scale*

Unsur ini berkaitan dengan perluasan bidang pemasaran produksi dengan efisien dan efektif. Tahapan perluasan ini dapat dimulai dengan mengikuti festival-festival nasional, untuk kemudian mencari peluang agar diundang ke festival internasional. Ketika suatu produk sudah dilirik oleh

negara, tidak mustahil produk tersebut akan menarik pasar internasional secara luas. Kegiatan ini menjadi ajang menunjukkan keunggulan produk-produk buatan Indonesia.

b. Mengandalkan teknologi

Teknologi berpengaruh terhadap kualitas dari hasil produk. Kecepatan proses produksi memudahkan UMKM untuk menghasilkan produk dengan kuantitas maksimal dibandingkan hanya mengandalkan tenaga manusia. Terkadang keterbatasan teknologi di Indonesia juga memaksa UMKM untuk mengimpor teknologi dari negara lain. Misalnya pada produk bawang goreng kemasan, UMKM mengimpor alat yang memungkinkan produk tahan lama.

c. Belajar dari negara lain

Saat ini belajar dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja. UMKM tidak perlu malu untuk mengadopsi ilmu dari negara lain. Misalnya UMKM yang memiliki produk bawang goreng kemasan, belajar menanam bawang goreng dengan teknik tertentu agar rasa yang dihasilkan lebih khas. Kegiatan belajar seperti ini lebih bermanfaat dibandingkan hanya membeli teknologi karena ilmu yang didapat mahal harganya.

d. Rangsangan persaingan

Perdagangan internasional yang terbuka luas biasanya membuat sektor-sektor lain yang awalnya tidur dan kurang produktif menjadi lebih hidup dan dinamis karena adanya dorongan persaingan. Contohnya ketika pasar domestik dikuasai oleh pihak tertentu dengan melakukan monopoli yang mengakibatkan persaingan tidak sehat dan kerugian masyarakat. Fenomena ini sering terjadi di Indonesia, yaitu pada produksi batik. Konsumen Indonesia sebagian besar lebih memilih batik print yang murah dibandingkan batik tulis. Akhirnya, batik tulis tergeser di lingkup pasar domestik. Namun akibat persaingan domestik ini, UMKM yang memproduksi batik mencari peluang memasarkan produk ke luar negeri. Ternyata konsumen luar negeri memberikan respon positif bahkan menawarkan harga yang lebih mahal.

e. Memaksimalkan promosi online melalui sosial media

Saat ini kecanggihan internet mempermudah setiap pelaku bisnis untuk mempromosikan produk mereka ke pasar internasional. Website dan social media ads menjadi media utama yang memiliki dampak besar terhadap pemasaran suatu produk. UMKM bisa mulai membentuk sosial media mereka sendiri dengan mengandalkan foto-foto katalog yang *eye-catching* untuk menarik minat konsumen. Website UMKM minimal memuat

dua bahasa yaitu Indonesia dan Inggris sehingga lebih masuk sasaran ke pasar internasional.

f. Meningkatkan inovasi produk

Pasar domestik maupun internasional cenderung memusatkan perhatian pada produk yang memiliki ciri khas atau keunikannya selain dari unsur fungsional. Inovasi produk perlu diperhatikan. Beberapa pebisnis melakukan inovasi setelah produk tersebut mulai dikenal luas masyarakat dan mendapat banyak masukan. Pelaku UMKM dapat melakukan survei dan riset atas kepuasan produk yang pernah konsumen coba. Informasi ini kemudian dikumpulkan, dikaji, dan dianalisis demi mengetahui keinginan konsumen. Melalui riset, UMKM bisa konsisten menghadirkan produk-produk terbaru.

#### 4. Penutup

Perdagangan internasional dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Jika proses ekspor dan impor berjalan dengan baik, hubungan kedua negara juga akan baik. Jika kegiatan ekspor yang dilakukan lebih mendominasi, maka pendapatan negara akan tinggi dan mendorong adanya pemerataan ekonomi serta infrastruktur negara.

Di Indonesia sendiri, perdagangan internasional dapat dimanfaatkan oleh setiap UMKM untuk mencari peluang mereka di pasar luar negeri. Pandemi covid-19 yang telah berlangsung selama dua tahun belakangan mungkin bisa menggoyahkan para pelaku usaha, tetapi tidak dengan mematikan. Peluang bisnis yang terbuka lebar melalui pemanfaatan internet dan media digital perlu dimaksimalkan. Kesuksesan UMKM tidak hanya ditentukan oleh pihak-pihak internal saja, tetapi bagaimana membangun sinergi antara UMKM, masyarakat, stakeholder, dan pemerintah untuk bekerja sama bertindak sesuai fungsinya masing-masing sehingga memberikan dampak baik kepada UMKM itu sendiri.

## 5. Daftar Pustaka

- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*. <http://doi.org/10.17977/um041v16i1p12-20>
- Andriana, Y. F., & Septiana, U. (2020). DAMPAK PERDAGANGAN INTERNASIONAL TERHADAP PERDAGANGAN BATIK INDONESIA. *SINGULARITY: Jurnal Desain Dan Industri Kreatif*, 01(01), 26–32. <https://doi.org/10.31326/jsing.v1i1.647>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*.
- Dewi, M. H. H. (2019). Analisa Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional. *Jurnal Ekonomia*.
- Editorial, T. (2021). Pandemi Covid 19, Stabilitas Keamanan, Daya Beli Masyarakat dan Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *JURNAL EKONOMI*, 23(1). <https://doi.org/10.37721/je.v23i1.756>
- Hildawati. (2021). Pemulihan Ekonomi Nasional di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Trans-formasi Strategi Bisnis UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, 1(3), 150–161. <https://doi.org/10.11594/10.11594/jesi.01.03.03>
- Marginingsih, R. (2021). Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 110–116. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i2.10997>
- Wijaya, S. A., Pudjowati, J., & Fattah, A. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TERHADAP TINGKAT PERTUMBUHAN EKONOMI DI KABUPATEN SIDOARJO. *Bharanomics*, 1(1), 25–37. <https://doi.org/10.46821/bharanomicss.v1i1.14>
- Zatira, D., Sari, T. N., & Apriani, M. D. (2021). PERDAGANGAN INTERNASIONAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi-Qu*. <http://doi.org/10.35448/jequ.v11i1.11277>