

## GELIAT EKONOMI KREATIF PASCA COVID-19: PERAN PEMERINTAH DALAM MENGEMBANGKAN IKM MALL DI KOTA CIREBON

Nurul Rahmah Kusuma <sup>1\*</sup>, Ayuni <sup>2</sup>, M. Robby Wijaya <sup>3</sup>, Marwa Syahidaniyah<sup>4</sup>, Jujun Jumali <sup>5</sup>,  
Nella Qurrotu'ain <sup>6</sup>, Putri Nurlela Sari <sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, \*nurulrahmah@mail.syekhnurjati.ac.id

### Info Artikel

**Diajukan:** 25 Desember 2023

**Diterima:** 28 Desember 2023

**Diterbitkan:** 31 Desember 2023

**Keyword:**

IKM Mall, MSME, Creative Economy,  
Role of Government, Post Covid-19

**Kata Kunci:**

IKM Mall, UMKM, Ekonomi Kreatif, Peran  
Pemerintah, Pasca Covid-19

DOI :

<https://doi.org/10.56406/jsm.v2i02.309>

### Abstract

National economic growth is largely determined by the dynamics of the regional economy, while the regional economy is generally supported by small and medium-scale economic activities, as well as the creative economy. restore and develop SMEs. This study aims to analyze the government's role in developing post-covid-19 MSMEs in Cirebon City. This research method uses a qualitative approach that originates from primary and secondary data sources through structured interview techniques, literature, and documents related to the research object. The results of the study show that the Cirebon city government under the Office of Cooperatives and Small and Medium Enterprises has played an effective role as a facilitator, educationist, and catalyst for developing MSMEs in Cirebon City post-covid-19 by creating a new label for Small and Medium Industries (IKM) to become IKM Mall ( Serving You Through Services) to market MSME products, carry out empowerment, in the form of training, develop online and offline digi corners, e-catalog programs for MSME products that have not been displayed in galleries, and assist marketing by placing advertisements on billboards using the name of the IKM Mall and digital promotion through social media, as well as making innovations such as creating an MSME database in the form of an application.

### Abstrak

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomiberskala kecil dan menengah, serta ekonomi kreatif. Akan tetapi akibat pandemi Covid-19, sektor UMKM Indonesia mengalami kemunduran secara signifikan, sehingga perlu upaya dari pemerintah untuk memulihkan dan mengembangkan UMKM. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis peran pemerintah dalam mengembangkan UMKM pasca covid-19 di Kota Cirebon. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersumber dari sumber data primer dan sekunder melalui teknik wawancara terstruktur *Literature* dan dokumen terkait dengan objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah kota Cirebon dibawah Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah menjalankan peran secara efektif sebagai fasilitator, edukasional, dan katalisator untuk mengembangkan UMKM Di Kota Cirebon pasca covid-19 dengan membuat label baru Industri Kecil Menengah (IKM) menjadi IKM Mall (Melayani Anda Lewat Layanan) untuk memasarkan produk UMKM, melaksanakan pemberdayaan, berupa pelatihan-pelatihan mengembangkan digi *corner online* dan *offline*, program e-katalog untuk produk-produk UMKM yang belum terpajang di galeri, dan membantu pemasaran dengan memasang iklan di papan reklame menggunakan nama Mall IKM dan promosi digital melalui media sosial, serta membuat Inovasi seperti pembuatan database UMKM dalam bentuk aplikasi.

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di suatu negara adalah hal yang penting, karena merupakan indikator kemajuan perekonomian negara. Perdagangan merupakan penyumbang terbesar kedua dari segi penerimaan pajak di Indonesia, yaitu menyumbang sebesar Rp 114,37 triliun pada tahun 2019, dimana angka Pertumbuhannya hanya 2,5 persen lebih kecil dari 2018 (Sukmana, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa sektor perdagangan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Pertumbuhan ekonomi nasional sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah (Wibowo et al., 2015), sedangkan perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomiberskala kecil dan menengah, serta ekonomi kreatif (Suryani Ritonga & Qarni, 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bagian dari sektor ekonomi kreatif yang mendukung kesejahteraan masyarakat dengan mengedepankan inovasi dan kreasi (Hasan et al., 2021), Akan tetapi akibat pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh dunia, sektor UMKM Indonesia mengalami kemunduran secara signifikan (Hanim et al., 2022).

Pandemi Covid-19 secara signifikan berpengaruh terhadap kesehatan ekonomi dan sosio ekonomi sosial global (Haleem et al., 2020). Akibatnya, mayoritas pelaku UMKM tidak bisa berkembang dan mengalami kebangkrutan (Hanim et al., 2022), padahal UMKM adalah sektor ekonomi yang penting untuk menguatkan perekonomian (Oktafia, 2017). Selain UMKM, terdapat UKM (Usaha Kecil Menengah) dan IKM (Industri Kecil Menengah) yang berkaitan erat dengan dan Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) dalam aktivitas produksi yang tidak bisa dipisahkan dari pemasarannya (Suryani Ritonga & Qarni, 2022) yang tersebar di berbagai daerah termasuk di Kota Cirebon.

Kota Cirebon adalah Kota yang kaya akan sumber daya alam. Keunikan dari Kota Cirebon terletak pada pariwisata, budaya dan kuliner yang beragam (Halimsaputra et al., 2019). Keanegaraman hayati di pesisir laut Cirebon, pariwisata budaya, dan beberapa makanan khas Cirebon menjadi daya tarik bagi pelaku usaha (UMKM) di Kota Cirebon untuk mendirikan usaha. Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan Dan Perindustrian Kota Cirebon mencatat terdapat 2.206 UMKM yang terdiri dari Bidang Kuliner, Bidang Fashion, bidang pendidikan, bidang otomotif, bidang agrobisnis, dan bidang teknologi internet di tahun 2022 (Cirebon, 2022). Hal itu menunjukkan Masyarakat menyadari potensi sumber daya alamnya dan terus maksimal untuk memanfaatkan. Namun, akibat pandemi Covid-19, pada tahun 2020 IKM yang merupakan bagian dari UMKM mengalami kondisi stagnan sebesar 533 unit hingga saat ini (Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, 2022). Sehingga perlu upaya untuk meningkatkan unit UMKM dan memaksimalkan hasil produksi IKM di Kota Cirebon.

Menurut (Sarwono, 2015), Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang tangguh di tengah krisis ekonomi. Sekitar 99% pelaku ekonomi mayoritas adalah pelaku usaha UMKM yang terus tumbuh secara signifikan dan menjadi sektor usaha yang mampu menjadi penopang stabilitas perekonomian nasional (Helmalia & Afrinawati, 2018; Wicaksono & Nuvriasari, 2012). UMKM tetap optimistis dan bergerak di tengah krisis global dikarenakan bahan baku lokal dengan pasar lokal (Sedyastuti, 2018).

Kemampuan UMKM (IKM dan UKM) dalam menghadapi krisis tidak luput dari Peran pemerintah dalam mengembangkan UMKM. Salah satu Peran Pemerintah Cirebon dalam meningkatkan ekonomi pasca pandemi Covid-19 berupa pengemasan sektor usaha mikro kecil dan menengah menjadi lebih bernilai dengan cara melabeli Industri Kecil Menengah menjadi IKM Mall yang berkepanjangan dari Melayani Anda Lewat Layanan (Izzan, 2022). Galeri Mall IKM adalah program yang dipelopori oleh Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perlindungan (DKUKMPP) Kota Cirebon, berlokasi di Jalan Cipto Mangunkusumo yang akan ditransformasi menjadi mall.

Penelitian yang dilakukan oleh Lilis Suryani Tahun 2022, Pemerintah berperan untuk kebijakan pengembangan usaha kerajinan dan industri rumah tangga, promosi IKM, Pengembangan pasar, dan perlindungan konsumen (Suryani Ritonga & Qarni, 2022), sehingga akan mempengaruhi pendapatan dan iklim investasi daerah (Diaz et al., 2019). Menurut (Nirwana et al., 2017) peran pemerintah yang efektif dalam mengembangkan UMKM adalah sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator, dan edukasional (Christofer, 2019). Melihat Pentingnya peranan pemerintah Kota Cirebon

dalam mengembangkan IKM Mall sebagai pembangunan Ekonomi daerah pasca Covid-19, maka peneliti tertarik menjadikannya sebagai objek penelitian.

## METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat melukiskan atau menggambarkan sesuatu hal, baik dengan gambar, foto, ataupun kata-kata sesuai dengan kenyataan di lapangan (Sugiono, 2017). Objek Kajian dalam penelitian adalah IKM Mall dan peranan pemerintah dalam mengembangkan UMKM di Kota Cirebon. Adapun sumber data dalam penelitian berasal dari sumber data primer dan sekunder dengan menggunakan teknik wawancara terstruktur, *Literature review* dan dokumen terkait dengan objek penelitian. Lokasi penelitian berada di Jl. DR. Cipto Mangunkusumo No.20, Pekiringan, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45131. Analisis kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, Teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Syatori & DKK, 2014).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia merupakan wujud optimisme untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Suryani Ritonga & Qarni, 2022). UMKM adalah sektor ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan perekonomian nasional (Wibowo et al., 2015). Pasca wabah Covid-19 yang menerpa seluruh daerah di Indonesia, banyak unit UMKM yang perlu untuk dipulihkan usahanya akibat penurunan produksi (Faizi et al., 2022; Ismail, 2021) serta mencari strategi yang tepat dalam pengembangan bisnisnya, akibat melemahnya perekonomian nasional (Suhery et al., 2021). sehingga perlu adanya dorongan pemerintah untuk memperkuat pengembangan UMKM berupa kebijakan dan fasilitas yang memadai (Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, 2021).

Menurut (Nirwana et al., 2017), Peranan pemerintah yang efektif untuk mengembangkan UMKM pasca covid-19 adalah dengan cara menjadi fasilitator, regulator, dan katalisator. Adapun menurut (Christofer, 2019), pemerintah harus menjadi fasilitator, pemberi edukasi dan perwakilan.

Pemerintah Kota Cirebon dibawah naungan Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perlindungan (DKUKMPP) membuat terobosan baru sebagai upaya mengembangkan UMKM pasca Covid-19, berupa Galeri IKM yang merupakan wadah untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM di Kota Cirebon yang terdaftar. Upaya itu dilakukan dengan cara mengubah label galeri Industri Kecil Menengah (IKM) menjadi mall. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, Bapak Iing Daiman selaku Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perlindungan (DKUKMPP) Kota Cirebon mengatakan bahwa galeri IKM akan bertransformasi nama menjadi IKM mall (Melayani Anda Lewat Layanan Industri Kecil dan Menengah).

Bapak Iing Daiman mengatakan, *rebranding* Galeri IKM menjadi Mall IKM tersebut bertujuan untuk menyediakan fasilitas kepada pelaku UMKM di Kota Cirebon untuk mempromosikan produk lokal yang harapannya dapat menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat, serta memberikan kepercayaan diri kepada pelaku UMKM, agar produknya bisa bersaing dengan produk-produk di mall, sehingga secara tidak langsung mempengaruhi psikologis masyarakat Cirebon bahwa produk UMKM sudah naik kelas.

Menurut Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) No. 64 Tahun 2016 IKM adalah industri yang mempekerjakan paling banyak 19 (sembilan belas) orang tenaga kerja dan memiliki nilai investasi kurang dari Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Tanah dan bangunan tempat usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan tanah dan bangunan yang lokasinya menjadi satu dengan lokasi tempat tinggal pemilik usaha (Sarwono, 2015).

IKM (Industri kecil menengah) merupakan suatu usaha yang memiliki fungsi dasar utama memperkuat struktur perekonomian, memiliki pengaruh terhadap masalah sosial ekonomi, seperti halnya kemiskinan, tingginya masalah pengangguran, ketimpangan distribusi pendapatan (Krisnawati Krisnawati &

Rizald, 2016), sehingga dengan adanya IKM mall di Cirebon memberikan harapan baru untuk kemajuan UMKM dan masalah ekonomi lainnya.

Saat ini, IKM Mall berlokasi di lantai dasar kantor DKUKMPP Kota Cirebon di Jalan Cipto Mangunkusumo (Izzan, 2022), dimana per tanggal 20 Agustus 2022 jumlah produk UMKM yang terpajang sebanyak 87 produk UMKM yang sudah memiliki NIB, PIRT, dan kemasan yang baik. Selain itu, untuk memperluas jaringan pemasaran, IKM Mall terus melakukan pengembangan, salah satunya dengan mengadakan *digi corner*.

Di IKM Mall *digi corner*, pelaku UMKM dilatih melakukan foto produk, membuat *caption*, pelatihan *packaging* yang dapat menarik minat pembeli. melakukan kerjasama dengan salah satu kampus terkenal di Bandung dan menyiapkan pelatihan fotografi, menyediakan ruang *podcast* untuk dialog ekonomi Kota Cirebon, Sehingga pelaku UMKM dapat berbagi pengetahuan dan ilmu untuk meningkatkan mutu produk dan jangkauan pemasaran. Hal tersebut sesuai dengan peranan pemerintah sebagai pemberi edukasi tentang bagaimana mengelola dan mengembangkan UMKM secara efektif (Christofer, 2019).

Menurut (Suryani Ritonga & Qarni, 2022) dalam penelitiannya, UMKM dapat bertahan dan berkembang jika pemerintah memberikan pelayanan umum, mempromosikan IKM, pengembangan pasar bagi IKM, dan pemberian edukasi untuk meningkatkan keterampilan.

Pasca wabah Covid-19, kebutuhan belanja online (online shopping) oleh konsumen pun meningkat yang disertai dengan kemudahan platform (Taufik; Ayuningtyas, 2020). Promosi digital sangat diperlukan mengingat peluang dari adanya wabah Covid-19 yang memungkinkan masyarakat berbelanja online (Kusuma & Diyana, 2021). Oleh karenanya, salah satu peran pemerintah dalam mengembangkan UMKM (UKM dan IKM) adalah digitalisasi UMKM (Masruroh et al., 2021)

IKM Mall yang dipelopori oleh Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perlindungan (DKUKMPP) memiliki program e-katalog untuk produk-produk UMKM yang belum terpajang di galeri. Sehingga, pemasaran produk-produk UMKM bisa dilakukan secara *online*. Menurut Pak Iing dalam wawancara yang dilakukan mengatakan bahwa pihaknya selalu berupaya untuk menaikkan kelas UMKM yang ada di Kota Cirebon dengan menyiapkan *digi corner online* dan *offline*. Selanjutnya, pelaku UMKM dapat berbagi pengetahuan dan ilmu untuk meningkatkan mutu produk dan jangkauan pemasaran walaupun sesama *competitor*, pelatihan peningkatan keterampilan digital, pemasaran digital, pendalaman jaringan, pengemasan, membuat foto menarik, pemajangan di etalase, membuat narasi pemasaran yang jelas, singkat dan menarik dan pelatihan lainnya.

Pelaku UMKM yang terdaftar di Kota Cirebon pada tahun 2022 tercatat terdapat 2.206 unit dan 533 IKM (Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, 2022), yang membutuhkan peningkatan transaksi agar dapat mempertahankan usahanya. Oleh karenanya, Untuk memperluas promosi, pemerintah daerah berupaya membantu pemasaran dengan memasang iklan di papan reklame menggunakan nama Mall IKM dan promosi digital melalui media sosial, dan Inovasi seperti pembuatan database UMKM dalam bentuk aplikasi adalah program yang dilaksanakan sekarang guna untuk mendorong kelas dalam UMKM yang ada di Kota Cirebon.

Mall IKM diharapkan dapat menjadi wadah yang memungkinkan peningkatan produksi UMKM, khususnya IKM di Kota Cirebon agar masyarakat menyadari dan mengetahui produk kreatif lokal berkualitas, karena sejatinya pemerintah turut serta memaksimalkan potensi sumber daya yang ada dan nilai budaya lokal (Suryani Ritonga & Qarni, 2022), serta memanfaatkan keunggulan wilayah geografis (Pratiwi, 2020).

## KESIMPULAN

IKM Mall yang dipelopori oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah adalah program yang dibentuk untuk mengembangkan UMKM di Kota Cirebon pasca wabah covid-19. Galeri IKM Mall merupakan wadah untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM di Kota Cirebon dengan mengubah label galeri Industri Kecil Menengah (IKM) menjadi mall. Dalam pelaksanaannya, pemerintah kota Cirebon dibawah Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah menjalankan peran secara efektif sebagai fasilitator, edukasional, dan katalisator. Hal itu ditunjukkan dengan memfasilitasi UKM Kota Cirebon dengan menyediakan fasilitas kepada pelaku UMKM di Kota Cirebon untuk mempromosikan produk lokal yang harapannya dapat menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat, melaksanakan pemberdayaan, berupa pelatihan fotografi (kerjasama dengan kampus terkenal di Bandung), pelatihan peningkatan keterampilan digital,

pemasaran digital, pendalaman jaringan, pengemasan, membuat foto menarik, pemajangan di etalase, membuat narasi pemasaran yang jelas, singkat dan menarik dan pelatihan lainnya, serta memperluas jaringan pemasaran dengan mengembangkan *corner online* dan *offline*, program e-katalog untuk produk-produk UMKM yang belum terpajang di galeri, dan membantu pemasaran dengan memasang iklan di papan reklame menggunakan nama Mall IKM dan promosi digital melalui media sosial. Peran pemerintah lainnya dengan memaksimalkan kebutuhan konsumen adalah dengan membuat Inovasi seperti pembuatan database UMKM dalam bentuk aplikasi adalah program yang dilaksanakan sekarang guna untuk mendorong kelas dalam UMKM yang ada di Kota Cirebon.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, semoga bisa bermanfaat untuk seluruh akademisi, praktisi, pemerintah daerah Kota Cirebon, dan UMKM di Kota Cirebon

### REFERENSI

- Anggraeni Charismanur Wilfarda, Wulan Puspita Ningtiyas, N. M. A. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 47–65.
- Christofer, O. (2019). Peranan pemerintah daerah dalam pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kabupaten Minahasa (suatu studi di Dinas Koperasi dan UKM). *Jurnal Eksekutif*, 3(3), 1–10. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnaleksekutif/article/view/25488>
- Cirebon, P. K. (2022). *Usaha Mikro Kecil Menengah*. <https://data.cirebonkota.go.id/organisasi/skpd/233>
- Diaz, H. U. P., Canaldhy, R. S., & Kencana, N. (2019). Peran Pemerintah Desa Terhadap Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pertumbuhan Ekonomi Lokal Pada Industri Batu Bata (Studi Kasus Desa Ujanmas Baru Kec. Ujanmas Kabupaten Muara Enim). *Jurnal Pemerintahan Dan Politik Global*, 4(2), 75–81. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PDP/article/view/690>
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, P. D. P. K. C. (2022). *Industri Kecil dan Menengah*. <https://data.cirebonkota.go.id/organisasi/skpd/233>
- 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>
- Haleem, A., Javaid, M., Vaishya, R., & Deshmukh, S. G. (2020). Areas of academic research with the impact of COVID-19. *American Journal of Emergency Medicine*, xxxx, 5–7. <https://doi.org/10.1016/j.ajem.2020.04.022>
- Halimsaputra, N., Banindro, B. S., & Yulianto, Y. H. (2019). Photobook Tentang Kebudayaan Pesisir dan Kuliner Cirebon. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 121–131.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 125–138. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p125-138>
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Ismail, J. (2021). Analisis Dampak Covid 19 Pada Umkm Provinsi Gorontalo. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 10(2), 238–252. <https://doi.org/10.21831/nominal.v10i2.41248>
- Izzan, K. (2022). Mall UKM upaya Kota Cirebon dorong UMKM naik kelas. *Antara Jabar News*. <https://jabar.antaranews.com/berita/423519/mall-ukm-upaya-kota-cirebon-dorong-umkm-naik-kelas?page=all>
- Krisnawati Krisnawati, & Rizald, H. (2016). Upaya Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Sosio Informa*, 2(2), 137–154. <https://doi.org/10.33007/inf.v2i2.235>

- Kusuma, N. R., & Diyana, A. F. (2021). Online Business Opportunities and Challenges During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 86–91. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v14i2.4498>
- Masruroh, I., Andrean, R., & Arifah, F. (2021). Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(1), 41–48. <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/38>
- Moleong, L. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (cetakan ke). Remaja Rosdakarya.
- Nirwana, D. C., Muhammadiyah, M., & Hasanuddin, M. (2017). Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Enrekang. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, 3(1), 01. <https://doi.org/10.26618/kjap.v3i1.890>
- Oktafia, R. (2017). Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), h. 85-92. <https://doi.org/10.1007/s10750-010-0425-2>
- PRATIWI, M. I. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm. *Jurnal Ners*, 4(2), 30–39. <https://doi.org/10.31004/jn.v4i2.1023>
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Bank Indonesia Dan LPPPI*, 1–135.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta Bandung.
- Suhery, Putra, T., & Jasmalinda. (2021). ANALISIS DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM (STUDI KASUS : HOME INDUSTRI KLEPON DI KOTA BARU DRIYOREJO). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Sukmana, Y. (2019, August). 6 Sektor Penyumbang Pajak Terbesar RI, Siapa yang Tertinggi? *Kompas*. <https://money.kompas.com/read/2019/08/03/144800626/6-sektor-penyumbang-pajak-terbesar-ri-siapa-yang-tertinggi->
- 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>
- Taufik; Ayuningtyas. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Business and Online Platform Existence. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(1), 21–32.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian pada Peran Serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4), 27–39.