

# STRATEGI PENINGKATAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT PADA MASA COVID-19 DI LANGKAT, BINJAI, DAN KARO

Nur Aflah Yusdha<sup>\*✉</sup>, Ainun Mardziah<sup>\*\*</sup>, Ilham Mirzaya Putra<sup>\*\*\*</sup>

\*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: [nuraflahyusdha01@gmail.com](mailto:nuraflahyusdha01@gmail.com)

\*\*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: [ainunmardziah01@gmail.com](mailto:ainunmardziah01@gmail.com)

\*\*\*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

E-mail: [ilhammirzaya@uinsu.ac.id](mailto:ilhammirzaya@uinsu.ac.id)

## Abstract

*The global Covid-19 pandemic that hit every country in the world in 2020 has affected everyone's life. When the government enforces a policy of limiting activities to suppress the spread of the Covid-19 virus, the main impact on the economy that people rely on is almost all sectors in Indonesia. Moreover, the Covid-19 pandemic has resulted in a decline or slowdown in the economic sector in Indonesia. In order for SMEs in this sector to survive, they must be able to develop measures and strategies to improve the community's economy during the Covid-19 period in Langkat, Binjai, and Karo, and the purpose of this research is to help SMEs to improve from each product they produce, so that survive the pandemic. This study uses a comparative method of qualitative research methods, namely a qualitative approach that involves research procedures that produce descriptive information in the form of written or spoken language of individuals and observed behavior. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. Qualitative analysis techniques were used for data analysis. This research uses source triangulation to get more accurate SMEs data. The results show that SMEs stakeholders need to implement the following strategies to survive the pandemic. This means using marketing through social media such as Instagram, Facebook and WhatsApp in collaboration with online transportation service providers such as Go-Food and Grab-Food, innovation in their products.*

**Keywords:** Strategy; Economy; Pandemic; SMEs.

---

✉Corresponding author:

Email Address: [nuraflahyusdha01@gmail.com](mailto:nuraflahyusdha01@gmail.com)

Received: July 5, 2022; Accepted: December 5, 2022; Published: December 31, 2022

Copyright © 2022 Nur Aflah Yusdha, Ainun Mardziah, Ilham Mirzaya Putra

DOI: [10.22373/al-ijtimaiyyah.v8i2.14083](https://doi.org/10.22373/al-ijtimaiyyah.v8i2.14083)

## Abstrak

Pandemi global Covid-19 yang melanda setiap negara di dunia tahun 2020 sudah telah mempengaruhi kehidupan setiap orang. Ketika pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan kegiatan untuk menekan penyebaran virus Covid-19, dampak utama terhadap perekonomian yang tumpuan masyarakat hampir terjadi di semua sektor di Indonesia. Apalagi, pandemi Covid-19 yang mengakibatkan turunnya atau memperlambat dalam sektor ekonomi di Indonesia. Agar UKM di sektor ini dapat bertahan, mereka harus mampu mengembangkan langkah dan strategi peningkatan perekonomian masyarakat pada masa Covid-19 di Langkat, Binjai, dan Karo, dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu UKM dapat meningkatkan dari setiap produk yang mereka hasilkan, sehingga dapat bertahan di tengah Pandemi. Penelitian ini menggunakan metode komparatif metode penelitian kualitatif, yaitu pendekatan kualitatif yang melibatkan prosedur penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif dalam bentuk bahasa tertulis atau lisan individu dan perilaku yang diamati. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis kualitatif digunakan untuk analisis data. Penelitian ini dilakukan menggunakan triangulasi sumber untuk mendapatkan data UKM yang lebih akurat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemangku kepentingan UKM perlu menerapkan strategi berikut untuk bertahan dari pandemi. Artinya menggunakan pemasaran melalui media sosial berupa Instagram, Facebook dan WhatsApp bekerjasama dengan pihak penyedia jasa transportasi online seperti Go-Food dan Grab-Food, inovasi dalam produk mereka.

**Kata Kunci: Strategi; Perekonomian; Pandemi; UKM.**

## PENDAHULUAN

*Development planning* ialah sesuatu wujud yang berkaitan dengan perencanaan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat untuk yang tidak dapat dipungkiri apabila Indonesia sebagai negara berkembang tidak bisa terhindar dari aktivitas perencanaan pembangunan. Aktivitas ekonomi yakni sesuatu usaha yang akan menambah bisnis maupun tingkatan keahlian dan tingkat kehidupan masyarakat.

Indonesia selaku negara berkembang tidak bisa lepas dari kegiatan perencanaan pembangunan. Pada masa ke masa, perencanaan pembangunan di Indonesia sudah mengalami perubahan paradigma. Paling tidak semenjak dimulainya masa reformasi, di mana paradigma perencanaan pembangunan bergeser dari perencanaan komprehensif sebagai perencanaan strategis. Paradigma perencanaan strategis diseleksi pemerintah sebab

memiliki keunggulan jangka pendek yang jelas. Paradigma perencanaan strategis yang dianut oleh pemerintah dalam kegiatan perencanaan pembangunan daerahnya lebih bernilai apabila melibatkan pemangku kepentingan yang membuat perencanaan pembangunan daerah berorientasi pada tujuan.

Di saat pemerintah sedang berusaha memaksimalkan keadaan perekonomian di Indonesia, pandemi Covid-19 datang dengan segala dampak negatif yang ditimbulkannya. Dengan demikian, dampak pandemi ini akan berdampak besar pada semua aspek, terutama pada kondisi kesehatan serta perekonomian Negara. Mengingat pandemi Covid-19 yang terjadi, tidak bisa dipungkiri perekonomian Indonesia saat ini masih dalam kondisi 'sangat tidak normal'.

Di mana pandemi Covid-19 bermula pada akhir tahun 2019, dunia kembali dilanda pandemi Covid-19 yang pertama kali menyebar menyebar di Kota Wuhan di China. Penyakit coronavirus ialah penyakit menular yang diakibatkan oleh coronavirus yang baru ditemukan (WHO, *World Health Organization*, 2020a). Virus yang awal mulanya diperkirakan hendak berakhir serta cuma terdapat di kota Wuhan, nyatanya virus ini menyebar dengan sangat cepat ke seluruh penjuru di dunia. Pemicu virus ini menyebar dengan sangat cepat disebabkan virus ini dikatakan sangat baru sehingga masih belum ditemukannya vaksin ataupun obatnya. Setelah itu WHO (*world health organization*) mengumumkan pada bulan Maret 2020, bahwa coronavirus sebagai pandemi global (WHO, *World Health Organization*, 2020b).

Awal mula munculnya kasus Covid-19 di Indonesia awal kala ditemukan di Depok, Jawa Barat. Diprediksi tertular dari orang yang kontak langsung dengan orang Jepang yang tiba ke Indonesia. Diketahui, virus corona terdeteksi saat Masyarakat meninggalkan Indonesia. Virus *corona* ini juga mencakup gejala seperti batuk, sesak napas, serta demam. Tentu saja, beberapa pasien tertular virus corona tanpa gejala-gejala ini. Hal ini berkaitan erat dengan sistem imun seseorang yang memiliki imunitas tubuh yang memiliki kekebalan, dan penyakit yang rentan terhadap orang tua karena memiliki kekebalan yang melemah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Ainur Rohmah, "Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, No. 3 (2020): 1-4.

Perkembangan ekonomi dari tahun ke tahun yang dikaitkan dengan perkembangan ekonomi Indonesia pada triwulan 1 tahun 2020 sangat kuat di sektor telekomunikasi dan informasi sebesar 53%. Ini tidak mengherankan mengingat adanya "perintah tetap di rumah saja" oleh pemerintah dan banyak orang mengandalkan teknologi informasi untuk bekerja, hiburan, dan belajar. Dalam situasi saat ini, volume penjualan listrik PLN ke rumah tangga akan meningkat secara otomatis. Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia pada kuartil pertama 2020 juga turun drastis 34,9% menjadi 2.61 juta dibanding tahun lalu. Hal ini sejalan dengan adanya larangan penerbangan internasional yang mulai berlaku pada pertengahan Februari. Jumlah penumpang darat dan udara terus mengalami penurunan seiring diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).<sup>2</sup>

Virus, yang biasa disebut penyakit coronavirus atau Covid-19, terdaftar dalam kelompok virus yang bertanggung jawab menyebabkan penyakit pada manusia atau hewan. Infeksi paru yang lebih serius seperti Mers-Cov dan penyakit sindrom kronis seperti Sars-Cov, apalagi Covid-19, bisa berakibat fatal (Tim Kerja Kementerian Dalam Negeri, 2020). Covid-19 ditandai dengan munculnya gejala seperti batuk kering, demam, sesak napas, flu, diare, sakit leher, mual serta muntah dan nyeri pada otot. Buat mengetahui timbulnya indikasi gejala masa inkubasi virus *corona* pada tubuh manusia adalah 2 sampai 14 hari. Per 24 Juni 2020, 49.009 kasus yang terdaftar di Indonesia terkonfirmasi positif Covid-19 (Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, 2020).

Sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk memutus mata rantai penyebaran wabah Covid-19, terjadi peningkatan kasus positif yang cukup besar setiap harinya hingga PSBB atau Permenkes Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Massal diberlakukan. PSBB diterapkan di berbagai wilayah Indonesia dengan masa inkubasi 14 hari dan sanksi bagi pelanggarnya. Hal itu tertuang dalam Pasal 1 Permenkes Nomor 9 Tahun 2020 yang menyatakan pembatasan sosial berskala besar di berbagai daerah. Daerah yang memiliki kasus positif Virus Covid-19 karena terdapatnya sebagian pembatasan social seperti: sekolah, bekerja, keagamaan, sarana universal, sosial budaya, sarana transportasi

---

<sup>2</sup>"Perekonomian Indonesia di Tengah Wabah Covid-19" 2020, dikutip melalui <https://iap2.or.id/perekonomian-indonesia-di-tengah-wabah-covid-19/>.

universal, pertahanan dan keamanan (Detik News, 2020).<sup>3</sup> *International Monetary Fund* (IMF) telah menunjukkan bahwa ekonomi global tentu terletak pada tingkatan kurang 2% sebagai akibat dari pandemi Covid-19, yang menjadikan masyarakat sebagai pandemic global yang paling rentan terhadap virus Covid-19. Misalnya kegiatan di luar ruangan, pasti saja berakibatkan pada pergerakan roda perekonomian. Salah satunya UKM yang merupakan kawasan ekonomi yang merasakan distribusi produknya terhambat, dan terpaksa menghentikan proses produksinya yang sedang meningkat.

Istilah pemberdayaan mencakup pembangunan masyarakat serta pemaknaan pembangunan berdasarkan pembangunan masyarakat. Pemberdayaan dapat digambarkan sebagai upaya untuk meningkatkan keahlian individu atau kelompok untuk memenuhi tugas serta wewenang yang disyaratkan oleh kinerja tugas. Pemberdayaan pada dasarnya adalah menciptakan iklim bagi masyarakat untuk melakukan persaingan sehat dan adil yang dapat menciptakan peluang koperasi dan badan usaha untuk hidup dan berkembang bagi UKM. Pemberdayaan harus membawa manfaat dalam jangka Panjang untuk kepentingan ekonomi secara keseluruhan serta masyarakat.<sup>4</sup> Dengan kata lain, pemberdayaan berarti memberdayakan masyarakat, meningkatkan martabat mereka, dan membebaskan mereka dari kemiskinan dan sifat terbelakang. Menurut hasil penelitian, mengidentifikasi keterampilan, masalah, dan peluang bisnis UKM memerlukan teknologi untuk menunjang sebuah keberhasilan produk yang membuat kegiatan produksi lebih cepat, lebih akurat, dan lebih optimal. Di samping itu, tidak kalah pentingnya penyertaan modal manusia, di mana manusia selaku operator dari perlengkapan teknologi.

Pemberdayaan ekonomi yang dicoba oleh tim dedikasi umumnya hendak melaksanakan aktivitas pendampingan bagi UKM di bidang manufaktur, pemasaran, organisasi, atau studi bisnis keuangan. Isu tersebut berupaya memperbaiki pola pikir para pelaku usaha yang menjadi wirausaha mandiri yang tahu bagaimana berbisnis serta menjalankan usaha yang dapat menghasilkan keuntungan baik bagi dirinya sendiri

---

<sup>3</sup>Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam et al., "Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal," *OECOMICUS Journal of Economics* 5, No. 1 (2020).

<sup>4</sup>Oki Dwi Saputro, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus di Sentra Industri Tepung Tapioka Desa Pogalan, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek," *J+Plus Unesa* 5, No. 1 (2016): 1-16, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-luar-sekolah/article/view/14702>.

maupun masyarakat sekitar. Melalui kegiatan pemberdayaan ekonomi, masyarakat memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang akan membantu meningkatkan perekonomian mereka di kemudian harinya. Melalui kajian penelitian “Strategi peningkatan perekonomian masyarakat pada masa Covid-19 di Langkat, Binjai, dan Karo”, para peneliti mengetahui bagaimana usaha-usaha para pelaku usaha untuk meningkatkan perekonomian di masa Covid-19 yang dapat meningkatkan perekonomian yang sudah tertunda akibat Covid-19 melanda dunia, terutama di Indonesia. Sehingga para pelaku usaha (UKM) dapat terus meningkatkan usaha yang mereka jalankan dengan beberapa strategi yang dilakukan.

UKM membutuhkan perhatian pemerintah melalui instansi terkait untuk mendukung perlengkapan, tata kelola manajemen, keahlian strategi pemasaran serta keahlian usaha yang lain. Masih banyak UKM yang berkembang dengan harapan dapat mempertahankan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan daerah. Berperan dalam memerangi pengangguran dengan memperluas kesempatan kerja, sehingga pada akhirnya dapat diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menyadari peran penting UKM, upaya pemberdayaan masyarakat sangat berarti dalam mempercepat pembangunan nasional.<sup>5</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Strategi Peningkatan Perekonomian Masyarakat Pada Masa Covid-19 di Langkat, Binjai dan Karo”. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif berdasarkan metode komparatif. Menurut Sugiyono (2010), metode komparatif bertujuan untuk membandingkan keberadaan satu atau lebih variable dalam dua atau lebih sampel yang berbeda atau waktu yang berbeda. Metode komparatif digunakan untuk mencari perbedaan peningkatan perekonomian masyarakat di masa Covid-19 di Langkat, Binjai dan Karo. Penelitian ini dilakukan di 3 kota/kabupaten sebagai objek yang di pilih yaitu Langkat, Binjai, dan Karo. Tahap penelitian dimulai dengan perumusan masalah, mencari teori, menemukan jawaban teoritis, pengumpulan data, pengelolaan data, serta penarikan kesimpulan.

---

<sup>5</sup>Boge Triatmanto, Anwar Sanusi, dan Aris Siswati, “Strategi Mempertahankan Usaha dan Meningkatkan Peran Masyarakat di Masa Covid-19 Pada Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Batik Zheng,” *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi* 4, No. 2 (2021): 142–52, <https://doi.org/10.33366/jast.v4i2.2063>.

Lokasi penelitian yang peneliti lakukan ini bertempat di beberapa tempat yang dilakukan dalam 3 kota/kabupaten sebagai subjek dikarenakan kegigihan para pelaku usaha untuk meningkatkan perekonomian yang selama ini menurun akibat sepi pembeli dari adanya dampak Covid-19 yang melanda di Indonesia, sehingga membuat para pelaku usaha bangkit kembali untuk meningkatkan perekonomian mereka yaitu Langkat, Binjai, dan Karo yang dalam penelitian ini ialah beberapa para masyarakat, para pelaku-pelaku usaha, serta lainnya untuk mengetahui bagaimana peningkatan ekonomi yang terjadi pada masa Covid-19 yang sudah beberapa tahun melanda dunia, khususnya di Indonesia. Dalam penelitian ini ada beberapa masyarakat dan para pelaku usaha yang di wawancarai untuk mengetahui bagaimana ekonomi pada saat sesudah dan sebelum Covid-19 melanda seluruh dunia paling utama di Indonesia, strategi yang dilakukan untuk meningkatkan perekonomian agar dapat pulih, dan bagaimana harapan bapak/ibu untuk perekonomian ke depannya.

Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan perekonomian pada masyarakat serta para pelaku usaha saat sebelum serta sesudah Covid-19 melanda seluruh dunia, isi utama penelitian ini adalah sebagai berikut. Sifat informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.<sup>6</sup> Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan persepsi manusia (Sugiyono, 2014). Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan & Taylor dalam Moleong, 2007).

Responden dalam penelitian yang dilakukan ialah pelaku UKM yang dijalani dengan usaha sendiri ataupun bersama di wilayah Langkat, Binjai dan Karo yang mempunyai bidang usaha yang berbeda-beda, UKM yang bergerak dalam bidang fashion, makanan, gas dan peternakan. Jumlah subjek yang digunakan sebanyak 6 responden dari UKM dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang digunakan oleh peneliti.

Ada juga teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan, ialah:

---

<sup>6</sup>Ewis Satryawan, "Studi Komparatif Prestasi Belajar Mahasiswa Antara Penerima Beasiswa Dengan Tidak Penerima Beasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2011," *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)* 7, No. 2 (2016).

### 1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah untuk mengetahui apa saja strategi yang dilakukan para pelaku usaha UKM untuk meningkatkan usaha yang dijalankan setelah pandemic melanda, dan peningkatan pendapatan yang dihasilkan sebelum dan sesudah pandemic melanda.

### 2. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah secara langsung yang dilakukan oleh peneliti di Langkat, Binjai, dan Karo. Untuk menilai validitas hasil penelitian kualitatif, penelitian ini menggunakan empat kriteria yaitu kredibilitas (derajat kepercayaan), transferabilitas (keteralihan), dependabilitas (kebergantungan), serta konfirmabilitas (kepastian).<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini peneliti hanya melakukan wawancara mendalam dengan responden untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan observasi, peningkatan intensitas saat penelitian, triangulasi, dialog dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan serta member check. Penelitian yang dilakukan menggunakan triangulasi sumber. Ini berarti meninjau data yang diperoleh dari responden dari berbagai sumber wawancara dan pengguna layanan mitra untuk mendapatkan informasi UKM yang lebih akurat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik analisis kualitatif. Analisis data kualitatif melalui empat proses: yaitu pengumpulan data, penghapusan data yang tidak perlu, penyajian dan analisis data, serta penyelesaian data.<sup>8</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian yang sudah dilakukan secara langsung, selaku peneliti membahas tentang beberapa hasil data yang sudah di peroleh dengan judul “Strategi Peningkatan Perekonomian Masyarakat Pada Masa Covid-19 di Langkat, Binjai, dan Karo” yang dilakukan dengan informan yang bersangkutan.

---

<sup>7</sup>Siti Rahmah Ritonga et al., “Analisis Pendapatan Dan Strategi Bertahan Hidup Petani Karet Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19 Studi Kasus Di Desa Padang Manjoir Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara,” *Jurnal Pusat Studi Pendidikan Rakyat* 2, No. 1 (2022): 62-75.

<sup>8</sup>Khotimatus Sangadah dan Jesslyn Kartawidjaja, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” *Orphanet Journal of Rare Diseases* 21, No. 1 (2020): 1-9.



## Strategi Masyarakat Untuk Meningkatkan Perekonomian Akibat Dampak Pandemi Covid-19

Akibat dari pandemi Covid-19, selama ini masyarakat atau seluruh dunia menghadapi pandemi Covid-19, menyebabkan perekonomian di banyak negara mengalami stagnasi termasuk Indonesia, terutama perekonomian Kabupaten Langkat, Karo dan Binjai. Virus corona telah berdampak besar pada sektor ekonomi beberapa negara di dunia. Pertama-tama, di Asia, kehancuran pasar saham tidak hanya di Indonesia, tetapi seluruh bursa saham global mungkin jatuh karena sentimen virus corona. Bursa saham di Australia turun lebih dari 7%. Kekhawatiran atas dampak ekonomi dari penyebaran virus corona dan penurunan harga minyak dunia telah berubah menjadi sentimen negatif atas jatuhnya bursa saham Australia.<sup>9</sup> Di mana masalah Covid-19 terus meningkat di Sumatera Utara. Pada Selasa 9 Juni 2020, Gugus Tugas Percepatan Penegakan Covid-19 Sumatera Utara mengurangi jumlah kasus positif Covid-19. Diperbarui untuk menambah jumlah orang. Total kasus positif di Sumatera Utara kini menjadi 619 kasus. 189 orang yang sembuh dan 53 orang meninggal karena masalah pasien positif. Sementara jumlah pasien terpantau (PDP) bertambah menjadi 134 orang. Jumlah Orang Dalam Pengawasan (ODP) juga bertambah menjadi 433 orang.

Dengan diumumkannya status karantina wilayah oleh Presiden Jokowi sebagai tanggapan atas wabah virus corona yang sedang berlangsung, hal ini akan berdampak tidak langsung yang sama terhadap ekonomi khusus di masyarakat menengah ke sederhana. Tujuan yang ditetapkan untuk menjalankan setiap usaha kecil, seperti angkringan, kedai, jasa setrika, penjual gas, serta pekerjaan yang lain yang bisa mereka lakukan untuk memenuhi kehidupan.

Yang terpenting adalah mereka yang pada dasarnya menggantungkan mata pencahariannya, baik dari UKM yang mereka jalankan seperti angkringan, kedai, jasa setrika, penjual gas, serta penjual yang lain, yang secara langsung ikut merasakan dampak negatif dari pendapatan merek dalam kehidupan sehari-hari. Apalagi yang mempunyai sanak saudara, pastinya akan merasa kebimbangan. Menggunakan metode apa yang bisa

---

<sup>9</sup>Muhammad Nur Abdi. "Krisis Ekonomi Global dari Dampak Penyebaran Virus Corona (Covid-19)." *AkMen Jurnal Ilmiah* 17.1 (2020): 90-98.

mereka tempuh guna bisaenuhi kehidupan mereka tiap hari serta tidak cuma itu, untuk para pelaku UKM seperti angkringan, kedai, jasa setrika, penjual gas, serta penjual yang lain yang kami tinjau secara langsung untuk mengenali bagaimana perekonomian mereka saat ini, membuat mereka wajib bekerja keras untuk memulihkan perekonomian untuk penunhi kehidupannya terlebih bila mereka yang memiliki kredit motor, tentu juga merasa bimbang bagaimana cara untuk membayar cicilan motor yang terus menjadi mewabahnya virus corona.

Dampaknya meluas ke kelompok yang kurang berhasil yang mencari solusi terbaik kepada pemerintah pusat dan daerah. Dalam hal ini, mereka dapat secara langsung memberikan kebijakan yang mendongkrak perekonomian masyarakat kelas menengah dan bawah, baik yang bekerja di industri yang terkena dampak maupun di restoran, dan mereka adalah pegawai atau swasta, tidak terkecuali pegawai. Jika para pekerja tinggal di rumah tanpa batas waktu, otomatis kehilangan penghasilan. Dalam hal ini berlaku peraturan yang Undang-undang Kekearantinaan Kesehatan yang dikeluarkan oleh pemerintah, yang dengan jelas mengatakan: “sepanjang dalam Karantina Daerah, kebutuhan hidup bawah orang serta santapan hewan ternak yang terletak dalam daerah karantina jadi tanggung jawab Pemerintah Pusat”. Dengan demikian warga menengah ke dasar tidak butuh takut disebabkan pemerintah secara tegas hendak membagikan solusi yang terbaik untuk masyarakat yang terpapar virus Covid-19.

Dampak Covid-19 bagi masyarakat Sumatera Utara sama dengan pernyataan di atas. Selain dampak Covid-19 juga dampak pada dunia pendidikan di Indonesia dan Sumatera Utara. Kompleksitas penanganan pandemi ini mendorong para pemimpin dunia menerapkan pedoman yang ketat, untuk memutus mata rantai penularan Covid-19. *Social distancing* adalah pilihan yang sulit bagi negara mana pun kapan saja menerapkan kebijakan pencegahan penyebaran Covid-19 karena kebijakan negatif efek pada semua aspek kehidupan.<sup>10</sup>

Di mana dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Kabupaten Langkat, Karo dan Binjai. Di sana peneliti melakukan beberapa wawancara mengenai perekonomian yang mereka alami yang dilakukan oleh beberapa UKM seperti pedagang, angkringan, dan

---

<sup>10</sup>Jihan Kirana et al., “Analisis Dampak Covid-19 Pada Masyarakat Sumatera Utara,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Prodi PGSD* 1, no. 1 (2020): 64–69.

pengusaha karpet sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 melanda. Terutama dalam hal perekonomian yang mereka rasakan seperti peningkatan dan penurunan sebelum dan sesudah Covid-19 melanda di Indonesia, di mana sebelum Covid-19 yang semuanya masih stabil. Tapi karena adanya Covid-19 yang melanda di Indonesia otomatis semuanya jadi berdampak menurun. Walaupun sekarang sudah kembali normal tapi tidak jauh dari saat Covid-19 kemarin, dan juga sepi peminat pembeli untuk membeli barang dagangan yang sebelumnya sangat ramai, bahkan barang dagangan yang sudah habis, para pelanggan masih terus berdatangan sembari menutup toko untuk menanyakan persediaan yang masih ada.

Yang di mana dari pelaku UKM sedikit banyak mengalami penurunan dan peningkatan dalam setiap usaha yang mereka jalani. Apalagi pada saat Covid-19 melanda di Kabupaten Langkat, Karo dan Binjai, yang pada saat itu melakukan PSBB untuk mengurangi tingkat kematian yang terjadi setiap harinya akibat Virus Covid-19, membuat mereka harus memikirkan kembali bagaimana untuk dapat memenuhi kehidupannya, yaitu dengan beberapa strategi yang dapat mereka lakukan untuk menstabilkan perekonomian mereka.

Strategi yang dapat mereka lakukan adalah strateginya mungkin bisa dengan cara memanfaatkan peluang yang ada. Apapun bentuknya ketika ada peluang, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian setelah pandemi Covid-19 melanda Indonesia melalui pemanfaatan teknologi yang semakin canggih, seperti berita penyampaian atau disebut pengurangan dampak negatif dari pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Pemerintah Nasional Indonesia terutama di Kabupaten Langkat, Karo, dan Binjai juga mempraktikkan sebagian program untuk memperkuat perlindungan sosial dan insentif ekonomi yang diberikan lainnya: Program Keluarga Harapan (PKH), Kartu Prakerja, Bansos, Stimulus UKM Mikro serta Ultra Mikro, dan penyusutan tarif listrik.

Sebagian besar dari program tersebut ini adalah program secara rutin telah dilaksanakan oleh pemerintah. Dalam terkait dengan Covid-19, pemerintah meningkatkan jumlah penerima bantuan dari program yang sudah disebutkan lebih dahulu. Sejak mulai pada tahun-tahun 1990-an, program bantuan sosial pemerintah kepada masyarakat sudah mengalami bermacam perubahan bentuk dan tercapai lebih banyak penerima manfaat. Pada tahun 2005, program Bantuan Langsung Tunai (BLT) untuk awal diperkenalkan

untuk pertama kalinya sebagai pengganti subsidi BBM. Mengurangi dampak ekonomi negatif dari pandemi Covid-19, pemerintah melalui Kementerian Sosial telah memulai beberapa program bantuan sosial seperti: meningkatkan jumlah penerima bantuan Program Keluarga Harapan, program bantuan materil ataupun Program Sembako dengan memperluas jumlah penerima.<sup>11</sup>

Beberapa strategi lain yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan perekonomian mereka dengan strategi pemasaran, strategi pemasaran terdiri dari maksud dan tujuan, pedoman dan ketentuan, serta acuan dan atribusi yang memberikan arah bagi kegiatan pemasaran pada setiap tingkatan dari waktu ke ke waktu, terutama sebagai tanggapan sebagai pengusaha/pembisnis menghadapi lingkungan yang sangat kompetitif. Situasi yang terus berubah. Strategi pemasaran adalah tentang strategi khusus mengenai target pasar, penetapan posisi, bauran pemasaran dan pengembangan pemasaran dalam keunggulan kompetitif. Juga sebagai strategi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di masa Covid-19.

#### 1. *Marketing Strategy*

Pelaku bisnis/pengusaha memiliki dasar tindakan yang menunjuk pada kegiatan strategi pemasaran di mana kondisi serta lingkungan persaingan dapat berganti berkali-kali menggunakan harapan bisa mencapai tujuan yang diharapkan. Mengembangkan strategi pemasaran sebelum melakukan hal tersebut, sebaiknya terlebih dahulu melihat situasi pasar dan menentukan aktivitas pemasaran mana yang cocok untuk diterapkan. Berikut strateginya:

##### a. Segmentasi

Segmentasi pasar adalah tindakan mengidentifikasi serta membuat kelompok pembeli maupun konsumen yang berbeda. Setiap konsumen dibedakan berdasarkan ciri kebutuhan produk mereka serta bauran pasar mereka yang unik.

##### b. Target

Target pasar adalah pemilihan satu maupun lebih segmen pasar untuk dimasuki. Ada beberapa segmen pasar sasaran, seperti tingkat permintaan/perkembangan pasar, daya tarik konsumen pada jangka panjang dan sumber daya yang bersaing.

---

<sup>11</sup>Nuniek Dewi Pramanik, "Dampak Bantuan Paket Sembako dan Bantuan Langsung Tunai Terhadap Kelangsungan Hidup Masyarakat Padalarang Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora* 01, No. 12 (2020): 113-20.

c. *Positioning*

Posisi pasar ialah menetapkan posisi pasar. Tujuannya ialah untuk membentuk keunggulan kompetitif suatu produk di pasar dan mengkomunikasikannya di benak konsumen. Strategi penentuan posisi pasar terdiri dari kelas pengguna atau atribut kelas produk (harga rendah ataupun harga tinggi), bagi kelas pengguna ataupun juga bagi kelas produk.<sup>12</sup>

2. Pemasaran Lewat Media Sosial

Di tengah pandemi global saat ini tepatnya juga menggunakan istilah global, menyambut hadirnya teknologi canggih yang dikenal menggunakan Revolusi Industri 4.0. Di era ini teknologi diharapkan mengendalikan segala artikulasi kehidupan manusia, termasuk yang juga menggunakan perusahaan global (Purwandini, 2018). Hal ini ditandai dengan perubahan akses publik terhadap informasi berubah dari media, seperti koran, radio, TV konvensional, hingga jaringan media sosial (*social media*). Hal ini juga karena harga alat berupa handphone/gadget kelas bawah terjangkau saat ini yang berarti teknologi berbasis android, ini memungkinkan semua lapisan masyarakat memiliki handphone/gadget yang terhubung melalui akses internet. Kenyamanan masyarakat memiliki banyak jenis jaringan sosial di global secara virtual dalam bentuk Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube, dan Twitter (Kurniawan, 2017).

Menurut pendapat ini, Suryani menegaskan keberadaan media sosial kini terus menjadi kehidupan manusia, dalam perkembangan media sosial, yang dapat digunakan untuk berbagai macam kepentingan, mulai dari mendapatkan pertemanan, mengkampanyekan program tertentu hingga menggunakan aktivitas promosi jangkauan layanan tertentu (Suryani, 2014) dapat berupa media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter.

Para pelaku UKM dalam pemasaran produknya untuk UKM telah mengalami akses ke informasi, yang mana upaya pemasaran yang dilakukan melalui media sosial ini sudah muncul sebelum terjadinya pandemi. Oleh karena itu pada saat pandemi, pemasaran

---

<sup>12</sup>Ade Onny Siagian and Yoyok Cahyono, "Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 206-17, <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>.

jaringan, media sosial, prioritas, saluran pemasaran, penggunaan media sosial, produk dan pesanan produk umum. Bentuk pemasaran ini lebih sederhana dan lebih menguntungkan karena tidak menimbulkan biaya iklan bila dipasarkan di media konvensional dan dengan demikian tidak menambah biaya variabel pemasaran dalam pembuatan produk kuliner.

Media sosial yang banyak digunakan oleh UKM untuk pemasaran produk kuliner adalah Facebook khususnya fungsi Facebook saat ini tidak hanya memungkinkan pengunggahan gambar dan video, tetapi sekarang tersedia fitur *live*. Agar UKM di bidang kuliner dapat mempromosikan produknya secara real time sesuai dengan status barangnya saat *live*, mereka melakukan pemasaran di Instagram dengan mengunggah foto dan video, termasuk informasi harga, komposisi dan proses pemesanan produk, dan promosi produk dilakukan dengan promosi yang dilakukan oleh selebgram lokal yang mempromosikan produk tersebut untuk menarik pelanggan. Sektor kuliner tergolong UKM karena program ini memiliki banyak pengikut atau pendukung.

Selain itu, pemasaran tidak kalah menarik melalui aplikasi Whatsapp, ditambah saat ini tersedia whatsapp bisnis yang memiliki fitur promosi yang lebih luas. Grup Whatsapp dapat digunakan untuk mempromosikan atau memasarkan produk kuliner dari pemangku kepentingan UKM. Berbagai komunitas UKM membentuk grup Whatsapp sebagai sarana berbagi informasi dan memasarkan usaha kuliner masing-masing. Dengan mengirimkan informasi kuliner di grup dan dapat melakukan kontak pribadi serta mengatur proses pembayaran dan pengiriman. Pembayaran dapat dilakukan secara *Cash on Delivery* (COD) atau transfer bank selama pengiriman produk dengan biaya tambahan yang disepakati oleh kurir atau pelanggan mengambil secara langsung. Beberapa upaya kuliner juga memberi jasa kurir layanan gratis dengan batasan jarak pengantar, tidak juga jauh dari lokasi pelanggan.

Mengubah pola pemasaran melalui media sosial menuntut UKM dituntut untuk terus belajar dan inovatif serta mau belajar dengan perkembangan teknologi baru yang semakin berkembang. Tentunya digital juga mempertimbangkan penggunaan media yang tepat sesuai dengan segmen atau pangsa pasar yang dipilih (Sugiarti et al., 2020). Sehingga marketing lebih efektif dan tidak salah arah.

### 3. Kerjasama Menggunakan Tansportasi Online

Selain pemasaran pada produk dari pemangku kepentingan UKM hingga pelanggan, yang juga penting bagi pelaku UKM adalah mempermudah proses distribusi produk kuliner ketika pelanggan sudah memesannya. Kebijakan *disruption* penyebaran virus corona selama pandemi yang ditetapkan pemerintah terkait pembatasan sosial dan fisik membuat mobilisasi masyarakat seminimal mungkin. Kebijakan ini menyebabkan perlunya mengadopsi metode baru dalam pembelian produk, di mana sebelumnya dapat langsung membeli dan mengambil pesanan sendiri, namun saat ini tidak bisa. Pilihan yang tepat adalah menggunakan jasa angkutan bisnis online dan jasa kurir offline yang disediakan oleh pelaku pemilik usaha. UKM di sektor kuliner biasanya bekerja sama dengan penyedia transportasi online seperti Go-Food, Grab-Food, dan kurir lokal.

Hasil Penelitian ini menunjukkan dari peneliti yang dilakukan secara langsung melalui wawancara bahwa tanggapan pelaku UKM mengenai transportasi online memiliki dampak positif, bermanfaat dan sangat membantu pengusaha. Dan juga dengan kehadiran transportasi online dapat merekam kerja dan meningkatkan penghasilan UKM melalui berbagai layanan yang ada di aplikasi transportasi online. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa strategi kerjasama dengan transportasi online sangat positif berkorelasi dengan pengembangan UKM di sektor usaha yang dilakukan selama pandemi, baik dari segi penghasilan tambahan bagi UKM maupun penghasilan bagi pengemudi. Semua kompatibel dengan keuntungan transportasi online.

Menggunakan layanan transportasi online, UKM di bidang kuliner bisa lebih mudah dan nyaman untuk menerima pesanan dari konsumen, perluas cakupannya ditujukan untuk konsumen dari mereka. Sesuai dengan pendapat Anwar bahwa keuntungan transportasi online antara lain kepraktisan, transparansi, kepercayaan, keamanan dan kenyamanan (Anwar, 2017) dengan demikian kerjasama UKM sektor kuliner dengan transportasi online juga dapat membantu anjuran pemerintah untuk menjaga jarak dan mengurangi kerumunan.

### 4. Inovasi Produksi Kuliner

Pada pembagian pasar produk yang mereka jalankan mempunyai bagian pasar yang beragam karena semua tingkatan peminat pelanggan yang harus menjadi target utama, baik dari sisi kualitas suatu barang yang diujakan ataupun bentuknya. Di masa keadaan

pandemi yang terjadi para pelaku usaha diwajibkan untuk memiliki kemampuan inovasi dan kreatif untuk menarik daya konsumen sesuai selera dan keinginan konsumen yang sangat penting. Misalnya dengan banyaknya peminat pelanggan dari segi kualitas dan harga yang dimiliki.

Dari penjelasan yang sudah diinformasikan tersebut membuktikan bahwa usaha yang dilaksanakan pelaku usaha yang mereka jalankan serta memperhatikan kualitas setiap produk yang dijalankan agar dapat menarik perhatian pelanggan agar membeli produk serta menjadi pelanggan tetap dalam usaha yang kita jalankan.

#### 5. Menjaga Kepercayaan Pelanggan

Selaku keperluan bahan pokok, pelanggan atau konsumen yang setia selalu menjaga kestabilan kualitas rasa dan harga dengan produk kuliner yang ditawarkan. Oleh karena itu, strategi untuk membangun serta memelihara interaksi pelanggan yang baik bagi UKM di sektor ini, meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankannya. (Hardilawati, 2020), hal ini pada akhirnya menciptakan komitmen terhadap pelanggan pada produk yang ada. Pelanggan setia tidak akan beralih ke produk yang dijalankan oleh UKM karena mereka telah mempercayai produk dari UKM. Salah satu cara, UKM dapat bertahan dari penurunan aktivitas dalah dengan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Kepercayaan dan keterikatan konsumen terhadap produk pelaku UKM tidak akan berubah termasuk dengan menjamin kualitas produk para pelaku UKM, termasuk harga produk para pelaku UKM. Selain dari aspek produk, dapat meningkatkan empati dan minat pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dijual oleh UKM di industri yang dioperasikan UKM. Pelaku UKM yang menjual produk kepada orang-orang. Bagi yang membutuhkan, khususnya kelompok masyarakat yang kehilangan pekerjaan akibat pandemi ini, akan memudahkan pelanggan maupun konsumen untuk terhubung langsung dengan produk yang kita jual dan tidak beralih ke produk kuliner lainnya.<sup>13</sup>

Di mana dengan strategi-strategi yang dilakukan para pengusaha UKM dapat memperbaiki perekonomian di masa New Normal saat ini, agar setiap usaha yang

---

<sup>13</sup>Januar Eko Aryansyah, Dwi Mirani, dan Martina, "Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19," *Semnas AVoER XII 2020 Palembang*, No. November (2020): 323-29, <http://ejournal.ft.unsri.ac.id/index.php/avoer/article/view/165>.



dilakukan berjalan sesuai dengan mudah dan mencapai tujuan pendapatan yang diinginkan. Sebagaimana terdapat pada table dibawah ini. Yang didapatkan pelaku usaha yang kami wawancarai, pada setiap tahunnya. Yang di mana dalam penelitian yang dilakukan oleh para informan pelaku usaha UKM di Langkat, Binjai, dan Karo. Peneliti mendapatkan hasil pendapatan dari pelaku usaha UKM yang setiap tahunnya mengalami penurunan dan peningkatan. Apalagi di masa Covid-19 melanda dunia, terutama di Indonesia.

**Tabel 1**  
**Penurunan dan Peningkatan Perekonomian (Informan Penelitian)**

NAMA	KOTA	PENURUNAN & PENINGKATAN PEREKONOMIAN SETIAP TAHUN			
		2019	2020	2021	2022
SZ ( 47 Tahun )	Langkat	68%	50%	46%	70%
MS ( 48 Tahun )	Langkat	75%	45%	50%	80%
LN ( 22 Tahun )	Binjai	50%	30%	40%	55%
PA ( 45 Tahun )	Binjai	60%	45%	36%	48%
UA ( 22 Tahun )	Karo	0	0	50%	60%
UI ( 22 Tahun )	Karo	0	0	50%	60%
HF ( 22 Tahun )	Karo	0	0	50%	60%

Sumber: Kabupaten Langkat, 2022.

## SIMPULAN

Keadaan pandemi yang terjadi selama periode ini berdampak signifikan terhadap penurunan aktivitas pelaku Usaha Kecil serta Menengah (UKM) Distributor, , Angkringan, serta pengusaha karpet yang paling utama yang perlu menghadapi kondisi penurunan jumlah penjualan yang mereka jalankan, sehingga pelaku UKM yang dijalankan wajib merencanakan rencana supaya usahanya dapat bertahan, ialah usaha yang dapat dilakukan melalui pemasaran yang dilakukan dengan media online seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dengan penyedia layanan jasa transportasi online seperti: Go-Food, Grab-Food dan jasa kurir lokal, melaksanakan inovasi dalam produk kuliner yang dibutuhkan masyarakat saat pandemi melanda, dan menciptakan dan meningkatkan keyakinan para pelanggan.

Saran yang bisa disampaikan oleh penulis ialah buat pelaku UKM Sektor pedagang, angkringan, serta pengusaha karpet agar bisa mempertahankan strategi yang telah dilakukan oleh para UKM serta mengangkat inovasi-inovasi yang terbaru disebabkan

permintaan pergantian serta keadaan, sementara itu untuk pengambilan kebijakan dapat melaksanakan bimbingan serta *training* tergantung pada strategi serta inovasi yang diperlukan bagi Pelaku UKM sektor yang dijalankan bisa bertahan dalam keadaan yang sekalipun. Sehingga perekonomian terus meningkat untuk berbagai sektor perekonomian yang dapat membangkitkan para pelaku usaha untuk terus giat dan berusaha menjalankan usaha yang mereka lakukan untuk memulihkan kembali perekonomian akibat Covid-19 ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- “Perekonomian Indonesia di Tengah Wabah Covid-19” 2020, dikutip melalui <https://iap2.or.id/perekonomian-indonesia-di-tengah-wabah-covid-19/>.
- Ade Onny Siagian and Yoyok Cahyono, “Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif,” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 206–17, <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>.
- Ainur Rohmah, “Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia,” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, No. 3 (2020): 1–4.
- Boge Triatmanto, Anwar Sanusi, dan Aris Siswati, “Strategi Mempertahankan Usaha dan Meningkatkan Peran Masyarakat di Masa Covid-19 Pada Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Batik Zheng,” *JAST : Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi* 4, No. 2 (2021): 142–52, <https://doi.org/10.33366/jast.v4i2.2063>.
- Ewis Satryawan, “Studi Komparatif Prestasi Belajar Mahasiswa Antara Penerima Beasiswa Dengan Tidak Penerima Beasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2011,” *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)* 7, No. 2 (2016).
- Januar Eko Aryansyah, Dwi Mirani, dan Martina, “Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19,” *Semnas AVoER XII 2020 Palembang*, No. November (2020): 323–29, <http://ejournal.ft.unsri.ac.id/index.php/avoer/article/view/165>.
- Jihan Kirana et al., “Analisis Dampak Covid-19 Pada Masyarakat Sumatera Utara,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Prodi PGSD* 1, no. 1 (2020): 64–69.
- Khotimatus Sangadah dan Jesslyn Kartawidjaja, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” *Orphanet Journal of Rare Diseases* 21, No. 1 (2020): 1–9.
- Muhammad Nur Abdi. "Krisis Ekonomi Global dari Dampak Penyebaran Virus Corona (Covid-19)." *AkMen Jurnal Ilmiah* 17.1 (2020): 90-98.

- Nuniek Dewi Pramanik, “Dampak Bantuan Paket Sembako dan Bantuan Langsung Tunai Terhadap Kelangsungan Hidup Masyarakat Padalarang Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora* 01, No. 12 (2020): 113–20.
- Oki Dwi Saputro, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus di Sentra Industri Tepung Tapioka Desa Pogalan, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek,” *J+Plus Unesa* 5, No. 1 (2016): 1–16, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-luar-sekolah/article/view/14702>.
- Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam et al., “Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal,” *OECOMICUS Journal of Economics* 5, No. 1 (2020).
- Siti Rahmah Ritonga et al., “Analisis Pendapatan Dan Strategi Bertahan Hidup Petani Karet Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19 Studi Kasus Di Desa Padang Manjoir Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara,” *Jurnal Pusat Studi Pendidikan Rakyat* 2, No. 1 (2022): 62–75.