

## LITERATURE REVIEW: PERAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM DI ERA NEW NORMAL

Risda Choirunisa<sup>1</sup>, Dety Mulyanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Magister Manajemen, Universitas Sangga Buana 'YPKP' Bandung  
e-mail: [risdachoirunisa765@gmail.com](mailto:risdachoirunisa765@gmail.com)<sup>1</sup>, [dmdetym@gmail.com](mailto:dmdetym@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

*Melihat kecenderungan tingginya pemanfaatan e-commerce bagi konsumen untuk melakukan pembelian dan pemanfaatan e-commerce bagi pelaku usaha untuk melakukan pemasaran dan penjualan produknya. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran e-commerce dalam mendorong peningkatan pendapatan UMKM pada masa new normal. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka (literature review). Hasil kajian menunjukkan bahwa peningkatan pemanfaatan teknologi informasi berupa e-commerce di era new normal juga merupakan salah satu upaya pelaku usaha UMKM untuk mendorong kemampuan atau keterampilan dari sumber daya yang dimiliki. Perbaikan tata kelola UMKM di masa lalu dengan penggunaan e-commerce memungkinkan perusahaan untuk mendorong terciptanya keuntungan karena peningkatan daya saing dan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing.*

**Kata kunci :** Studi literatur, UKM, pendapatan, New Normal

### Abstract

*Seeing the tendency of the high use of e-commerce for consumers to make purchases and the use of e-commerce for business actors to carry out marketing and selling their products. So this study aims to analyze the role of e-commerce in encouraging an increase in MSME income during the new normal period. This research is included in descriptive research and the method used in this research is library study method (literature review). The results of the study show that increasing the use of information technology in the form of e-commerce in the new normal era is also one of the efforts of MSME business actors to encourage abilities or skills from the resources they have. Improving MSME governance in the past by using the use of e-commerce allowed companies to encourage the creation of profits due to increased competitiveness and competitive advantages possessed by companies compared to competing companies.*

**Key words :** Literature study, SMEs, income, New Normal

## 1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di suatu negara dapat meningkatkan perekonomian di berbagai macam jenis kegiatan ekonomi salah satunya pada sektor industri. Pembangunan ekonomi bukan hanya dapat diukur dari kenaikan produksi barang dan jasa tetapi, dapat diukur melalui berbagai aspek ekonomi diantaranya seperti pendidikan, infrastruktur yang tersedia, dapat meningkatkan kesehatan, menggunakan alat modern (teknologi), meningkatkan pendapatan kesejahteraan masyarakat (Sukirno, 2006). Menurut Todaro (2000), Dalam perkembangan daerah industri perlu diciptakan secara bertahap untuk menghidupkan usaha dan

penyebaran perkembangan industri yang disesuaikan dengan kemampuan setiap daerah. Adanya peran dalam sektor industri ini dapat memperkuat struktur ekonomi dan saling mendukung dari sektor satu ke sektor lainnya. Dengan tujuan dapat lebih mengembangkan perekonomian seperti pekerjaan, mengurangi kemiskinan, dan dapat melibatkan daerah setempat serta diandalkan untuk meningkatkan pembangunan per kapita.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) juga mempunyai fungsi yang sangat penting dalam perkembangan pembangunan ekonomi serta dapat meningkatkan terserapnya tenaga kerja yang cukup tinggi, kebutuhan modal

investasi yang kecil, serta Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga dapat menyesuaikan kondisi pasar yang terus berubah pada saat ini (Sopanah, 2010). Industri rumah tangga disebut sebagai Industri mikro dipedesaan, dan dianggap menjadi salah satu bentuk dari perubahan struktur ekonomi yang ada dipedesaan. Ariawati (2005), menambahkan industri mikro dapat menjadi sektor yang dapat menjadi landasan harapan rakyat Indonesia.

Salah satu penggerak roda perekonomian nasional ialah peran dari UMKM, salah satu perannya dapat terlihat dari penyerapan tenaga kerja yang lebih tinggi dibanding sektor lain yang ada di Indonesia. UMKM dapat menurunkan tingkat pengangguran dan angka keluarga miskin di Indonesia. Bahkan pada 2018 sektor UMKM bisa menyerap sebanyak 97,0% dari keseluruhan tenaga kerja di Indonesia yaitu sekitar 116.978.631 tenaga kerja (Nalini, 2021). Sehingga peran UMKM dalam perekonomian yang pertama yaitu dapat menekan angka pengangguran di Indonesia dan dapat mengatasi kemiskinan dengan meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, pada tahun 2018 total UMKM di Indonesia mencapai 64.2 juta (99.99 persen) dari total pelaku usaha di Indonesia. Tingginya tingkat UMKM di Indonesia membuat UMKM memiliki kontribusi yang besar pada PDB nasional Indonesia yaitu sebesar 61.1% dan selebihnya atau 38.9% di sumbang ulang pengusaha skala besar dan 0.01% dari total pelaku usaha. Selanjutnya usaha berskala mikro di Indonesia memiliki sumbangan pada PDB sebesar 37.8% (Kemenkeu, 2020).

Meskipun UMKM memiliki kontribusi besar bagi perekonomian nasional namun di tahun 2020 tepatnya pada triwulan II pertumbuhan perekonomian Indonesia mengalami penurunan hingga mencapai -5.3% (Kemenkeu, 2020). Terjadinya penurunan pemasaran produk UMKM. Dari 98% UMKM yang tersebar hanya ada 1% pelaku UMKM yang mengalami kenaikan pada masa pandemi covid-19. Turunnya pemasaran produk ini menjadi salah satu dampak adanya pemberlakuan social distancing dimana adanya batasan dari mobilitas penduduk dengan tujuan memutus rantai penyebaran covid - 19.

Mengingat pentingnya peran UMKM bagi perekonomian Indonesia dan dampak covid - 19 Terhadap Sektor UMKM Dan Ekonomi.

Pada masa pemberlakuan PSBB tersebut e-commerce di Indonesia mulai meningkat sehingga mendorong perubahan pada pola konsumsi masyarakat. Selama masa pandemic ecommerce di Indonesia memiliki peningkatan penggunaan, sehingga pelaku UMKM mulai beralih menggunakan pemasaran digital atau menggunakan ecommerce. Katadata (2022) mencatat bahwa terdapat sekitar 9.9 juta UMKM yang menggunakan ecommerce sejak Mei 2020 sampai Februari 2022.

Tingginya angka pelaku usaha UMKM yang beralih menggunakan e-commerce membuktikan bahwa e-commerce menjadi salah satu alat yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran dan mendorong pelaku UMKM untuk memperoleh keuntungan. Meskipun pada saat ini telah memasuki era new normal disaat pandemic sudah mulai mereda, namun ecommerce masih menjadi sarana belanja yang paling mudah dan banyak digunakan oleh masyarakat.

Melihat kecenderungan tingginya penggunaan ecommerce bagi konsumen untuk melakukan pembelian dan penggunaan ecommerce bagi pelaku usaha untuk melakukan pemasaran dan penjualan produknya. Maka pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ecommerce dalam mendorong peningkatan pendapatan UMKM selama masa new normal..

## 2. METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan ecommerce untuk mendorong keuntungan yang diperoleh pelaku UMKM di Indonesia pada era New Normal. Pada topik penelitian ini memiliki tingkat keterbaruan penelitian yang tinggi dimana pada saat ini ecommerce menjadi media belanja yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia karena kemudahannya dan mampu digunakan kapan saja dan dimana saja. Hal ini mendorong perlu adanya upaya untuk melihat dampak ecommerce untuk memperbaiki kondisi ekonomi pelaku UMKM seetelah masa

pandemic covid-19. Pada penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif yakni penelitian yang digunakan untuk mengungkap fenomena tertentu menggunakan penjelasan dan kalimat sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

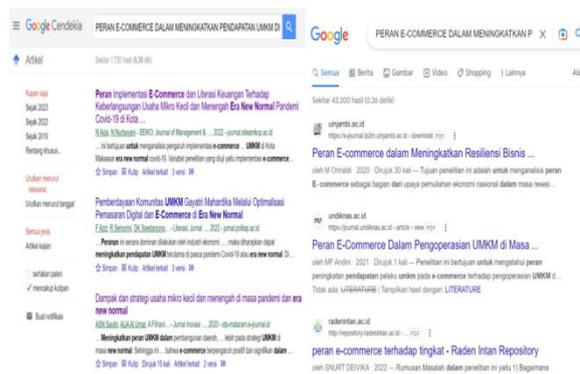
Metode yang digunakan dalam penelitian berupa metode studi Pustaka (*literature review*) yaitu dengan menggunakan literatur terdahulu terkait dengan topik penelitian. Pada penelitian ini menggunakan studi pustaka yang berasal dari jurnal atau karya ilmiah terpublikasi secara nasional selama 5 tahun terakhir yang memiliki topik serupa dengan penelitian. Studi literatur yang digunakan untuk menjelaskan fenomena terkait dengan pemanfaatan ecommerce bagi pelaku UMKM untuk mendorong peningkatan keuntungan usaha.

**Objek Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian berupa penggunaan ecommerce pada pelaku UMKM untuk mendorong pendapatan UMKM. Pemilihan objek penelitian ini yaitu di Indonesia UMKM memiliki peran penting untuk mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM menjadi sektor yang dapat mempercepat pertumbuhan perekonomian nasional.

**Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian ini bersumber dari kegiatan penelusuran informasi secara online pada database *Google Scholar* (<https://scholar.google.com/>). Pada penelitian ini juga menggunakan sumber lainnya yang mendukung hasil penelitian yakni berasal dari sumber Google Scholar, Garuda, Scopus, serta dari sumber jurnal terakreditasi. *Keyword* yang digunakan berupa ecommerce pada UMKM untuk mendorong pendapatan UMKM. Penggunaan kata kunci tersebut untuk dapat melihat literatur yang terakreditasi dengan tema *e-commerce* dan UMKM di Indonesia. Selanjutnya akan dilakukan klasifikasi dengan memilih literatur yang sesuai dengan tema penelitian.



Gambar 1. Pencarian Penelitian Terdahulu Sumber *Google Scholar*

Penggunaan sumber data yang bervariasi dapat memperkuat hasil penelian berupa perbandingan hasil penelitian jurnal satu dengan lainnya serta perbandingan penggunaan ecommerce dan pengaruhnya pada pedapatan UMKM. Penelusuran informasi pada database *Google Scholar* bertujuan untuk mengetahui daftar terbitan berkala ilmu perpustakaan dan informasi yang sudah masuk dengan kategori jurnal terakreditasi nasional.

**Kriteria Batasan**

Pada kriteria batasan ini bertujuan agar data berupa studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan tema penelitian. Berikut kriteria batasan yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- a. Data yang dimanfaatkan adalah dari jurnal penelitian yang dipublikasikan tahun 2018 hingga 2023, sedangkan repository yang digunakan bersumber dari skripsi/tesis/artikel biasa yang tidak termasuk dalam data yang digunakan dalam penelitian.
- b. Data yang digunakan diakses dari sumber *Google Scholar*, Garuda, Scopus, serta dari sumber jurnal terakreditasi.
- c. Data yang dimanfaatkan hanya berhubungan dengan penggunaan ecommerce dan pengaruhnya pada peningkatan pendapatan pada pelaku UMKM di era New Normal.

**Teknik Analisis**

Data yang bersumber pada literatur atau jurnal yang telah tersedia akan dianalisis menggunakan analisis secara deduksi – induksi, dimana hasil analisis ini berupa pernyataan umum ke pernyataan secara khusus. Analisis

data dalam penelitian ini menggunakan konsep dan konten penelitian yang sesuai dengan daftar pertanyaan penelitian. Tahapan analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mengelompokkan data terbitan kedalam tabel yang memuat informasi berupa kelengkapan penernitan (instansi, penerbit, status akreditasi, link), dan topik populer yang diambil dari kata kunci setiap literatur.
- b. Menganalisis data secara kumulatif berdasarkan kata kunci artikel. Hal ini bertujuan untuk melihat kata kunci disetiap artikel yang diolah dalam penelitian ini.

Mereduksi data, pada langkah ini melihat dari konsep dan konten yang ada dalam studi pustaka sesuai dengan daftar pertanyaan penelitian.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

UMKM menjadi bidang usaha yang berperan penting untuk mendorong pertumbuhan serta perkembangan ekonomi Indonesia. UMKM menjadi sektor yang memiliki kontribusi besar pada perekonomian nasional Indonesia. Jumlah pelaku usaha UMKM di Indonesia juga mengalami peningkatan yang signifikan yang dibuktikan dengan data berikut.

Tabel 1. Data Perkembangan UMKM di Indonesia

Tahun	Jumlah (Juta)
2014	57,9
2015	59,3
2016	61,7
2017	62,9
2018	64,2
2019	67,4

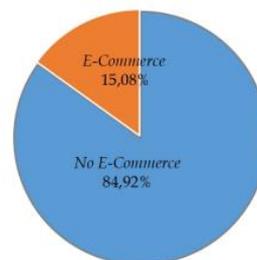
Sumber: Lokadata, 2019

Berdasarkan data tersebut dapat terlihat bahwa tingkat UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2014 hingga tahun 2019. Pada tahun 2014 jumlah pelaku UMKM di Indonesia sebesar 57,9 juta pelau usaha dan angka tersebut meningkat pesat hingga di tahun 2019 jumlah pelaku UMKM di Indonesia meningkat menjadi 67,4 juta pelaku usaha.

Tingkat UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan karena dalam UMKM memiliki tingkat produktivitas

yang tinggi serta memiliki peluang esbar untuk dapat berkembang. Selain itu pada UMKM memiliki bidang industri yang terbuka lebar sehingga membuka peluang pelaku usaha untuk dapat membuka beberapa jenis usaha. Pada modal yang dibutuhkan dalam memulai UMKM juga tidak terlalu besar tergantung pada skala usaha yang diinginkan.

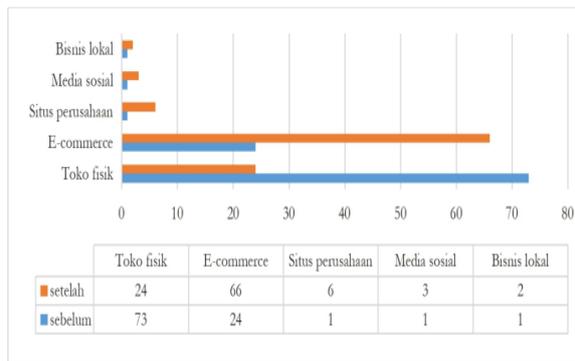
Pada tahun 2020 UMKM menjadi pilar dalam memenuhi target potensial teknologi dalam roadmap ecommerce Indonesia. Jika pada awalnya tingkat konsentrasi UMKM yang mampu mengembangkan bisnisnya menggunakan kemajuan tekonologi informasi cukup rendah, pada saat ini pelaku UMKM telah banyak menggunakan bantuan teknologi informasi berupa pemanfaatan ecommerce dalam mendorong peningkatan upaya UMKM sehingga dalam go digital. Rendahnya penggunaan teknologi digital pada pelaku UMKM dapat dilihat dari data berikut:



Gambar 2. Persentase UMKM Yang Menggunakan E-commerce di Indonesia  
Sumber: Orinaldi, 2020

Pada data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masih menggunakan sistem transaksi non ecommerce artinya sebelum pandemi masih banyak pelaku UMKM yang menjual produknya di toko offline. Hal ini disebabkan karena masih kurangnya pengetahuan pelaku UMKM terhadap penggunaan ecommerce sebagai strategi untuk mempermudah penjualan dan pemasaran produk perusahaan.

Namun setelah adanya pandemi kecenderungan pelaku UMKM mulai bergeser dimana pada saat dan sesudah pandemi banyak pelaku UMKM yang akhirnya menggunakan ecommerce untuk menunjang aktivitas operasional usahanya. Hal ini dapat terlihat pada data berikut:



Gambar 3. Pembelian Produk Non Makanan Sebelum dan Sesudah Pandemi  
Sumber: Orinaldi, 2020

Pada data tersebut terlihat terjadi penurunan jumlah pelaku UMKM yang menggunakan toko offline untuk melakukan penjualan pada produknya. Jika pada awalnya sebagian besar pelaku UMKM melakukan penjualan produk menggunakan toko fisik sebagai bentuk penjualannya namun pada saat setelah pandemi pelaku UMKM mengganti toko fisik menjadi e-commerce (toko digital). Hal ini membuat toko fisik mengalami penurunan yang signifikan dan diiringi dengan peningkatan penggunaan ecommerce setelah adanya pandemi.

Jika pada saat pandemi ecommerce menjadi bentuk pilihan pelaku UMKM agar konsumen dapat memenuhi kebutuhannya meskipun terhalang kesulitan mobilitas, namun pada saat ecomemrce yang dilakukan oleh pelaku UMKM menjadi bentuk keharusan sehingga pelaku UMKM dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Pergeseran pola konsumsi masyarakat ini perlu dianalisis dan dinilai secara seksama oleh pelaku usaha sehingga dapat tercipta iklim usaha yang menguntungkan.

**Pembahasan**

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang mengalami perlambatan akibat pandemi covid-19 yang menyebabkan pergeseran lingkungan sosial di masyarakat. Salah satunya yaitu pada proses pembelian yang terjadi dari diberlakukannya kebijakan psbb hingga era new normal. Pandemi covid-19 berdampak pada adanya economic shock yang berpengaruh pada perekonomian nasional hingga internasional sehingga berpengaruh pada aktivitas usaha baik perorangan, UMKM, maupun industri besar. Perubahan aktivitas

pemasaran yang dilakukan UMKM yang awalnya menggunakan pemasaran secara tradisional dengan membuka toko fisik pada era new normal strategi tersebut bergeser menjadi pemanfaatan toko digital atau e-commerce sehingga dapat memungkinkan pelaku UMKM untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas.

Pada penelitian Oraldi (2020) e-commerce menjadi salah satu bentuk usaha yang diterapkan oleh pelaku UMKM untuk mendorong aktivitas usahanya di mana pada penggunaan e-commerce pelaku UMKM mampu melakukan pemasaran secara efektif dan efisien. Di saat masa pandemi banyak pelaku UMKM yang mengalami kerugian hingga gulung tikar akibat menurunnya konsumsi masyarakat namun pada saat pelaku UMKM mulai memasuki dan menggunakan e-commerce dalam aktivitas usahanya memberikan peluang UMKM untuk terus bertumbuh dan berkembang bahkan pada masa pandemi dan new normal pada saat ini.

Peningkatan pertumbuhan perusahaan UMKM di masa new normal disebabkan karena adanya pergeseran persepsi konsumen pada penggunaan teknologi informasi yang menjadi wujud penerapan kebijakan psbb yang dijalankan pemerintah selama masa pandemi. Pemanfaatan e-commerce bagi pelaku UMKM menjadi salah satu bentuk pengembangan usaha yang ditandai dengan meningkatnya jumlah penjualan, keuntungan maupun penyerapan tenaga kerja dalam suatu industri disebut. Nafiza et.al (2021) menyebutkan bahwa pelaku UMKM yang menggunakan e-commerce dalam aktivitas usahanya menjadi salah satu bentuk upaya untuk mendorong peningkatan pendapatan yang semakin bertambah seiring dengan peningkatan pengguna e-commerce di Indonesia baik selama masa pandemi maupun di era new normal saat ini.

Azizah et.al (2020) era new normal menjadi suatu masa ketika kehidupan masyarakat berubah menjadi tatanan kehidupan baru yang harus disesuaikan oleh masyarakat Indonesia guna menjalani kehidupan sehari-hari. Penggunaan e-commerce menjadi salah satu bentuk pengimplementasian kemajuan teknologi di era new normal, melalui pemanfaatan teknologi tersebut maka akan mendorong terciptanya daya saing yang tinggi pada perusahaan dan memungkinkan perusahaan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Pemanfaatan e-commerce di era new normal

juga menjadi salah satu strategi pelaku UMKM untuk menekan kerugian yang didapatkannya selama masa pandemi akibat menurunnya daya beli masyarakat Indonesia (Azizah et.al, 2020).

Peningkatan penggunaan teknologi informasi berupa e-commerce di era new normal juga menjadi salah satu bentuk upaya pelaku usaha UMKM untuk mendorong kemampuan atau keterampilan dari sumber daya yang dimilikinya. Peningkatan kualitas SDM perusahaan dapat dimulai dari penciptaan pemahaman SDM pada tata kelola perusahaan dan menciptakan pemahaman yang tinggi pada karyawan terkait penggunaan teknologi informasi khususnya e-commerce bagi usahanya (Tedjasuksmana, 2021).

Peningkatan tata kelola UMKM di masa normal dengan menggunakan pemanfaatan e-commerce membuat perusahaan bisa mendorong terciptanya keuntungan akibat meningkatnya daya saing dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Pada e-commerce pelaku UMKM memiliki posisi yang sama di dalamnya sehingga untuk menarik konsumen yang ada pelaku UMKM harus meningkatkan strategi yang dapat diimplementasikan sehingga mampu memenuhi keinginan maupun kebutuhan konsumen di era new normal (Firmansyah et.al, 2021).

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan pembahasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

- a. UMKM menjadi sektor yang memiliki kontribusi besar pada perekonomian nasional Indonesia. Jumlah pelaku usaha UMKM di Indonesia juga mengalami peningkatan yang signifikan
- b. Peningkatan penggunaan teknologi informasi berupa e-commerce di era new normal juga menjadi salah satu bentuk upaya pelaku usaha UMKM untuk mendorong kemampuan atau keterampilan dari sumber daya yang dimilikinya.

Peningkatan tata kelola UMKM di masa normal dengan menggunakan pemanfaatan e-commerce membuat perusahaan bisa mendorong terciptanya keuntungan akibat meningkatnya daya saing dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andini, M. F., Nafiza, F. S., Fernando, L., & Yunita, N. D. (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengoperasian UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 502–522. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i4.3285>
- Ariawati, S. (2005). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Pada Penawaran Saham Perdana (IPO) (Studi Pada Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta tahun 1999-2003). *Tesis, Universitas Diponegoro*
- Fadilah, A., Igo, I., Liza, A., Safira, F., Setyani, A., & Imam, B. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Firmansyah, I., Dermawan, W. D., Munawar, A. H., & Rahmani, D. A. (2021). Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Pendekatan Analytic Network Process (ANP). *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 10(2), 173–187. <https://doi.org/10.52813/jei.v10i2.68>
- Katadata. (2022). 19 Juta UMKM Indonesia Beralih ke Digital Makin Mendekati Target. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/624bbb91d24d0/19-juta-umkm-indonesia-beralih-ke-digital-makin-mendekati-target>. Diakses pada 06 April 2023
- Kemenkeu. (2020). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>. Diakses pada 06 April 2023.
- Lokadata. (2019). Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2014-2019. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/jumlah-usaha-menengah-kecil-dan-mikro-2014-2019-1586254692>. Diakses pada 06 April 2023.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Orinaldi, M. (2020). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi. *ILTIZAM Journal of Syariah Economics Research*, 4(2), 36.

- <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i2.594>  
Rustandi, A. A., Harniati, & Kusnadi, D. (2020).  
Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi  
Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Sukirno, S. (2006). *Ekonomi Pembangunan:  
Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*.  
Jakarta: Prenada Media Group
- Tedjakusuma, B. dan. (2021). Membangun  
Pemulihan Keberlanjutan Usaha UMKM  
Indonesia di Era New Normal. *Prosiding  
Seminar Nasional Sains Dan Teknologi  
Terapan*, 9(1), 354–359.  
[https://ejournal.itats.ac.id/sntekpan/article/  
view/2252](https://ejournal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/2252)
- Todaro, Michael. P. (2000). *Pembangunan  
Ekonomi di Dunia Ketiga. Edisi Ketujuh,  
Terjemahan Haris Munandar*. Jakarta : Penerbit  
Erlangga