ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT TERHADAP SEKTOR KULINER DI ERA ADAPTASI BARU PASCA PANDEMI COVID-19

Ricka Holiah^{1*}, Nisa Zakiah²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi

E-mail: ¹⁾ 202165052@student.unsil.ac.id, ²⁾ 202165072@student.unsil.ac.id

Abstrak

Bisnis kuliner merupakan hal yang paling banyak diminati oleh masyarakat di berbagai kalangan usia, baik itu sebelum munculnya pandemi covid-19, era pandemi covid-19 maupun pasca pandemi atau biasa disebut era adaptasi baru. Saat ini, kuliner memang tidak pernah sepi peminatnya karena berkaitan dengan pangan. Kelebihan dari sektor tersebut selain memang berpotensi mendapatkan keuntungan yang besar, tetapi juga pilihan yang sangat banyak, apalagi jika pelaku dalam bisnis kuliner tersebut memiliki kreatifitas yang tinggi. Pada era adaptasi baru ini, banyak perubahan yang terjadi dari segi industri kreatif di sektor kuliner. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui perubahan perilaku masyarakat terhadap sektor kuliner pada era adaptasi baru dengan menghubungkan sebab-akibat dari masa pandemi covid-19 dengan cara mendeskripsikan langkah-langkah mengenai hal apa saja yang dilakukan oleh pelaku bisnis kuliner. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yang menjelaskan secara sistematis dan faktual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku masyarakat sekarang di sektor kuliner sejatinya mengikuti alur kebiasaan yang terjadi sebelumnya, seperti munculnya ide kreatif, inovatif, dan praktis. Oleh karena itu, didalam sebuah bisnis khususnya kuliner diperlukan pembaruan disetiap inovasinya agar bisa menjadi value added (nilai tambah) pada daya tarik konsumen atau masyarakat.

Kata Kunci: *Kuliner, Era Adaptasi Baru, Masyarakat, Kreatif, Value Added*

Abstract

The culinary business is the thing that is most in demand by people of all ages, be it before the emergence of the covid-19 pandemic, the era of the covid-19 pandemic and post-pandemic or commonly called the new adaptation era. Currently, culinary is never empty of fans because it is related to food. The advantages of this sector in addition to the potential to get big profits, but also very many choices, especially if the actors in the culinary business have high creativity. In this new adaptation era, many changes have occurred in terms of the creative industry in the culinary sector. This writing aims to find out changes in people's behavior towards the culinary sector in the new adaptation era by connecting the causes and effects of the covid-19 pandemic by describing the steps regarding what things are done by culinary business people. The method used is descriptive qualitative method which explains systematically and factually. The results of the study show that the current behavior of people in the culinary sector actually follows the flow of habits that occurred before, such as the emergence of creative, innovative, and practical ideas. Therefore, in a business, especially culinary, it is necessary to update every innovation so that it can become value added to the attractiveness of consumers or society.

Keywords: *Culinary, New Adaptation Era, Society, Creative, Value Added*

1. PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020 tepatnya bulan Maret, Indonesia tengah dihadapkan dengan keadaan yang dianggap darurat yang mengancam masyarakat khususnya mengenai kesehatan. Kondisi saat itu telah merubah tatanan kehidupan masyarakat, dimana terjadinya suatu peristiwa bersejarah yang dapat dikatakan menyebabkan seluruh aspek kehidupan masyarakat menjadi terancam (Satriadi et al., 2022). Peristiwa tersebut akan menjadi satu sejarah panjang bagi Negara Indonesia karena munculnya sebuah wabah penyakit baru yakni virus yang dinamakan dengan Covid-19. Virus ini pertama kali terdeteksi di Negara China pada akhir tahun 2019 yang memiliki tingkat penyebaran cukup cepat sehingga berdampak besar pada seluruh Negara di penjuru dunia. Awal kasus terkait virus tersebut berasal dari Kota Wuhan di Negara China, dalam catatan yang ada Kota Wuhan merupakan kota pertama yang terdeteksi terkena paparan virus Covid-19 ini.

Menurut beberapa penelitian ilmuan menyatakan bahwasannya penyebaran virus ini akibat dari “*zoonotic spillover*” atau “virus yang melompat” maksudnya hal tersebut terjadi bermula dari sekelompok hewan yang terdeteksi dan penyebarannya mudah dirangsang serta diterima oleh tubuh manusia. Setelah mampu menularkan kepada satu tubuh manusia, maka virus ini akan semakin mudah menyebar kepada manusia yang lainnya. Namun sempat terjadi pertentangan pendapat mengenai munculnya virus ini, satu pihak ada yang menyatakan bahwa adanya lompatan virus ini bersifat alami (infeksi mungkin telah menyebar dari kelelawar ke manusia secara langsung atau melalui hewan perantara seperti trenggiling atau mamalia lain yang belum teridentifikasi). Pendapat lain menyatakan sempat memiliki kecurigaan bahwasannya virus Covid-19 ini merupakan virus buatan manusia akibat insiden kebocoran laboratorium yang awalnya dikumpulkan dari alam liar dan sifatnya penelitian tersebut dirahasiakan oleh pihak terkait. Akibat hadirnya virus ini menjadi satu wabah yang menakutkan bagi seluruh warga Negara di dunia, termasuk bagi Negara Indonesia. Alasannya selain karena memiliki rantai penyebaran yang terbilang cukup cepat dan kuat, bahkan virus ini dapat mematikan nyawa manusia. Tak sedikit korban yang kalah dalam menghadapi kejamnya virus ini.

Di Indonesia sendiri terakhir tercatat sudah ada sekitar 6,6 juta manusia yang terpapar virus Covid-19. Teruntuk kematian kasus pasiennya tercatat sekitar 157 ribu jiwa. Tentunya akibat dari peristiwa ini telah membuat pemerintah mengambil langkah kebijakan sesegera mungkin. Kebijakan paling awal yang dilakukan oleh pemerintah ialah memberlakukannya system Lockdown di berbagai daerah yang termasuk kepada daerah zona hitam dan merah. Kemudian pemerintah mengeluarkan kembali system selanjutnya yakni sistem PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Adanya system ini mengakibatkan segala bentuk aktivitas masyarakat menjadi terbatas yang pada akhirnya menjadi penghambat terhadap keberlangsungan beberapa sector di Indonesia, diantaranya sector pendidikan, sosial, pangan, perdagangan, dan ekonomi (Amelia et al., 2020).

Membahas mengenai sektor perdagangan dan ekonomi, keduanya saling memiliki keterkaitan yang berkenaan langsung dengan kesejahteraan rakyat. Sector yang paling terdampak akibat adanya pandemic ini ialah sector ekonomi. Perekonomian Indonesia mengalami kemerosotan yang cukup drastis. Kemerosotan ekonomi ini mengakibatkan banyak sejumlah rakyat Indonesia yang kalang kabut bertahan hidup (Rakhmanita, 2021). Mulai dari banyaknya sejumlah para karyawan perusahaan yang mengalami tindakan PHK dikarenakan pihak perusahaan sudah tidak mampu menggaji para karyawannya sebab toko-

toko, pabrik-pabrik, perusahaan-perusahaan mengalami kemerosotan pendapatan akibat dari virus Covid-19 (Ezizwita & Sukma, 2021). Untuk sector pangan secara tiba-tiba mengalami inflasi atau kenaikan harga-harga komoditas yang diperlukan masyarakat, akibatnya banyak warga yang mengalami kelaparan, kesusahan hanya untuk sekedar mencari sesuap nasi yang menyebabkan terjadinya kemiskinan. Selain itu harga kebutuhan obat-obatan yang sangat dibutuhkan mengalami pelonjakan harga yang tinggi berkali lipat akibat sulitnya pasokan barang sedangkan permintaan akan barang tersebut terus mengalami peningkatan seperti masker, hand sanitizer, serta obat-obatan lainnya.

Berbicara soal pangan dan ekonomi, sektor pangan memiliki pengaruh yang kuat terhadap sector ekonomi. Pangan disini dapat dikaitkan pula dengan sector perdagangan, dimana bahan baku yang dihasilkan dapat diolah oleh pihak produsen menjadi suatu bentuk produk atau makanan yang dapat dijual dan dipasarkan kepada konsumen. Setelah menjadi sebuah produk makanan, kita mengenalnya dengan istilah kuliner (Amelia et al., 2020). Istilah kuliner digunakan untuk berbagai macam bentuk kegiatan seperti seni kuliner diantaranya memasak serta penyajian makanan dan disajikan dalam bentuk makanan. Persoalan kuliner sendiri di Indonesia sangat dicintai dan diminati masyarakat, mulai dari kalangan bawah hingga kalangan atas. Namun saat ini yang terbilang cukup booming dan sedang memiliki eksistensi di kalangan masyarakat menengah ke bawah ialah sector kuliner UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Hadirnya UMKM menjadikan suatu hal yang menarik bagi kalangan masyarakat, kemudian bagi pihak konsumen hal tersebut dijadikan sebuah peluang bahkan tantangan.

UMKM sendiri dianggap sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Meskipun pada saat masa pandemic berlangsung sector kuliner menjadi salah satu sector yang terdampak keras dan para pelaku usaha UMKM mengalami perubahan yang cukup drastis mengenai pendapatan penjualannya (Aulia et al., 2022). Berbagai upaya dilakukan pemerintah demi menyokong keberlangsungan hidup sector kuliner agar tetap mampu bertahan dan memiliki eksistensi. Pemerintah secara langsung berhadapan dengan situasi yang sulit serta darurat. Namun roda perekonomian masyarakat harus tetap berputar, maka dari itu pemerintah terus berupaya menciptakan kondisi yang memungkinkan bagi masyarakat agar tetap mampu bersikap produktif dibawah ancaman virus ini.

Istilah new normal merupakan suatu tatanan, kebiasaan dan perilaku baru yang berbasis pada adaptasi untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat di masyarakat. Sedangkan konsep era new normal pada masa pandemic Covid-19 diartikan sebagai sebuah kebijakan pemerintah dalam membuka kembali aktivitas ekonomi, sosial serta seluruh kegiatan public yang dilakukan secara terbatas dengan tetap menerapkan standar atau protokol kesehatan yang sebelumnya belum pernah dilakukan semasa pandemic.

Protokol kesehatan adalah aturan atau kebijakan yang wajib diikuti oleh setiap masyarakat untuk menjadikan salah satu upaya menjaga kesehatan dari ancaman virus Covid-19, dengan tujuan agar masyarakat tetap dapat beraktivitas secara aman meski dibawah ancaman virus mematikan. Adanya kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) setidaknya sedikit demi sedikit mulai mengembalikan aktivitas public menjadi dapat berjalan kembali secara normal meski dengan cara bertahap (Hasyim et al., 2020). Keadaan ini seolah menjadi semangat baru bagi masyarakat untuk dapat bangkit setelah mengalami keterpurukan perekonomian, selain itu masyarakat merasa diberi nyawa kembali untuk melanjutkan hidup normal sebagaimana mestinya sesaat sebelum terjadinya pandemic

Covid-19. Sedikit demi sedikit roda perekonomian mulai berputar kembali, masyarakat kembali bergelut dengan aktivitas dan produktivitasnya. Industri kuliner pun menjadi salah satu yang terdampak positif akibat dari hadirnya kebijakan baru era new normal ini. Munculnya kembali para pelaku usaha dari mulai kelas bawah hingga menengah ke atas, bahkan tidak sedikit pula lahir para pelaku usaha baru yang memberanikan diri terjun kedalam dunia bisnis yang sebagian besar populasi mereka terdampak dari adanya pandemic Covid-19.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui perubahan perilaku masyarakat terhadap sektor kuliner sebagai ukuran adanya peningkatan dalam industri kreatif pasca pandemi atau era adaptasi baru dan mengetahui berbagai macam inovasi baru dan manfaat berkembangnya sektor kuliner di masyarakat terhadap kemajuan industri kreatif sebagai akibat terjadinya pandemi covid-19.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deksriptif. Menurut Poerwandari 2005, maksudnya metode kualitatif ini mengelola dan menghasilkan suatu data yang sifatnya deskriptif. Tujuan dari penggunaan metode ini adalah untuk mempertahankan bentuknya serta isi dari perubahan perilaku manusia dan tentunya kualitasnya. Data yang terdapat pada artikel ini berbentuk narasi serta bersumber dari studi literatur dari beberapa jurnal-jurnal dan artikel sebagai referensi. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para pelaku bisnis kuliner dan juga masyarakat. Alasan pemilihan 2 subjek tersebut, karena keduanya sama-sama saling terkait pada tema dan judul yang diambil pada sektor kuliner dalam ekonomi kreatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu industri kreatif yang memang sangat berkembang di Indonesia adalah kuliner. Tidak dipungkiri lagi bahwasannya sektor kuliner di Indonesia memang sangat berkembang pesat dan tidak pernah sepi, karena Indonesia sendiri memiliki warisan budaya kuliner yang banyak dan bahkan sudah banyak dikenal di mancanegara karena keunikan, keberagaman, dan cita rasa kuliner yang khas. Bahkan banyak juga masyarakat asing yang dengan sengaja berkunjung ke Indonesia hanya untuk merasakan kuliner yang ada dan ingin mempelajarinya secara langsung bagaimana cara pengolahannya. Salah satu makanan khas Indonesia yang mendunia adalah Rendang dan setidaknya makanan ini sudah dua kali masuk kedalam kategori dengan makanan terenak di dunia. Keberagaman kuliner dengan cita rasa yang berbeda-beda ini juga dipengaruhi oleh kekayaan rempah-rempah.

Awal mula munculnya pandemi Covid-19 di Indonesia pada awal tahun 2020 lalu, perlahan-lahan telah merubah pola perilaku masyarakat pada industri kreatif khususnya di sektor kuliner baik dari sisi binisnya maupun masyarakat sebagai konsumen. Dampak yang ditimbulkan akibat pandemi ini telah merubah dari segi sosial maupun ekonomi yang berkelanjutan dan perubahannya telah menyebar ke seluruh aspek. Dimulai dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang gulung tikar akibat kerugian masa pandemi sehingga banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan akibat adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dulu sempat ramai di demokan dan mengakibatkan meningkatnya angka

pengangguran. Akibat dari adanya kasus PHK besar-besaran tersebut banyak masyarakat yang memikirkan bagaimana caranya agar perekonomian dapat kembali meningkat dan membaik (Arisinta, 2021; Herlina, 2020). Oleh karena itu, banyak munculnya ide-ide untuk berbisnis kuliner dimulai dengan membuka Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha kuliner yang dijalankan dengan penggabungan ide-ide jualan yang menarik. Makanan-makanan baru yang muncul dari berbagai UMKM yang ada telah banyak dipromosikan dengan dibuatnya video-video keunikan segala jenis makanan di media sosial sehingga banyak dari usaha kuliner yang sangat berkembang pesat bahkan sampai merekrut karyawan (Sugianti & Anwar, 2021).

Berbagai ide kreatif dan inovatif yang muncul dari masyarakat yang tertarik pada sektor bisnis kuliner saat ini yaitu masa adaptasi baru. Salah satu usaha kuliner yang lebih banyak berkembang yaitu jenis makanan ringan seperti contohnya masyarakat yang memang dianjurkan untuk tetap berada dirumah membuat ide makanan yang terbuat dari tepung tapioka menjadi cireng dengan banyak jenisnya. Ide yang tak kalah berkembang yaitu makanan yang bisa tahan lama dengan sebutan *frozen food* atau makanan yang dibekukan lalu dijual karena mendukung gaya hidup yang saat ini serba praktis. Sedangkan untuk minuman sendiri contohnya yaitu minuman boba yang kini sangat digemari oleh masyarakat terutama kalangan usia muda, dan masih banyak lagi jenis kuliner yang saat ini berkembang pesat. Minuman dengan jenis boba tersebut dikreasikan dengan berbagai rasa dan topping yang berbeda, dan tentunya banyak pebisnis sektor kuliner di pasca pandemi ini yang menawarkan lebih banyak kemudahan dalam segala hal dalam pembelian sebagai pelayanan yang baik untuk konsumen seperti kemudahan dalam pembayaran secara cash (tunai), kartu debit maupun kredit atau bahkan pengiriman dengan jasa ojek online (ojol) melalui sebuah aplikasi. Hal itulah yang menjadi salah satu faktor pemicu tingginya permintaan masyarakat akan sector kuliner, sebab selain proses pembelian hingga transaksi pembayarannya yang terbilang praktis dan mudah. Namun hasil produk yang diciptakan para pelaku UMKM pun memang memiliki daya pikatnya tersendiri di mata konsumen.

Setelah melihat banyaknya jenis kuliner yang sangat beragam akibat dari dampak pandemi covid-19 hingga saat ini masa adaptasi baru, perilaku masyarakat banyak berubah. Perubahan tersebut lebih mengarah pada hal yang bersifat mudah dan praktis (Singgih, 2007). Berdasarkan hasil studi literatur yang dilakukan, dinyatakan bahwa banyak pelaku bisnis UMKM sektor kuliner yang ternyata sudah dapat menganalisis dan memahami pentingnya pola perubahan perilaku masyarakat yang terjadi. UMKM harus dapat menyesuaikan produk makanan yang akan dijual sesuai dengan perilaku masyarakat dan kondisi pasarnya.

Strategi yang biasa diterapkan oleh para pelaku usaha adalah dengan menciptakan produk yang lebih tahan lama dan juga pengemasan produk yang lebih menarik karena seperti yang sudah diketahui bahwasannya penjualan yang dilakukan di era adaptasi baru ini tentunya banyak menggunakan bantuan sosial media maupun *marketplace* sebagai sarana promosi serta penjualannya, agar kemasan dan tampilan produk lebih menarik (Thaha, 2020; Yulivan, 2021). Hal itu dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli, karena kebanyakan masyarakat cenderung tertarik untuk membeli dengan melihat review dari konsumen lainnya. Namun, di Indonesia sendiri masih banyak UMKM yang belum mampu mengatasi kesulitannya dalam memasarkan suatu produk jenis kuliner dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti digital marketing, akibat dari minimnya akan

keterampilan digital. Walaupun demikian seiring dengan berjalannya waktu hal tersebut berkemungkinan besar akan teratasi, mengingat sebagian dominan baik dari UMKM maupun masyarakat sendiri sudah mampu dan tidak cacat terhadap teknologi sehingga persoalan tersebut dapat teratasi.

Perubahan perilaku masyarakat lainnya segala keperluan atau pembelian makanan lebih banyak memanfaatkan jasa pengiriman online dan banyak yang lebih memilih untuk memesan makanan take away karena keterbiasaan saat masa covid-19. Perubahan pola konsumsi masyarakat sekarang ini mendorong berbagai sektor jenis industri kreatif kuliner agar dapat dengan aktif mengembangkan inovasi dalam produknya dengan mengutamakan protokol kesehatan dan kebersihan yang terjamin agar dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengonsumsinya. Bahkan catatan Kemenperin menyatakan bahwa Industri kreatif kuliner di Indonesia mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam membantu perekonomian nasional, oleh karenanya sektor kuliner yang cukup strategis ini masuk kedalam prioritas pengembangan peta jalan Making Indonesia di era 4.0.

4. KESIMPULAN

Perilaku masyarakat terhadap sektor kuliner di era adaptasi baru pasca pandemi covid-19 telah mengalami banyak perubahan yang terjadi. Dampak tersebut dikarenakan keterbiasaan perilaku masyarakat sejak Indonesia sedang dalam kondisi terjangkit virus tersebut. Sehingga pemerintah menerapkan sistem Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dimana masyarakat dihimbau untuk tetap berada dirumah dan segala aktivitasnya dilakukan secara online seperti WFH dan belajar daring.

Banyaknya PHK membuat masyarakat banyak yang kehilangan pekerjaan dan hal tersebutlah yang mendorong mereka untuk merealisasikan segala ide untuk membuka bisnis terutama kuliner, dan hingga saat ini kebiasaan tersebut masih sangat melekat bahkan kemajuan dalam industri kreatif kuliner semakin tinggi. Ide tersebut lebih mengarah pada produksi makanan maupun minuman dengan inovasi terbaru yang sebelumnya belum pernah ada. Hal ini membuktikan terdapat hikmah yang terjadi akibat dari adanya peristiwa pandemic, dimana daya pikir masyarakat terlatih untuk mampu mengembangkan ide kreativitas yang tertanam pada dirinya. Selain itu produk tersebut dianggap memiliki nilai kreasi dan tidak pula melupakan faktor terpenting yang dibutuhkan konsumen yakni tetap menerapkan kebersihan juga protokol kesehatan yang terjamin. Dampaknya membuat produksi makanan yang dibuat bisa lebih tahan lama. Karena masyarakat sekarang ini lebih melek terhadap perkembangan teknologi, dan membuat mereka memiliki keinginan untuk segala sesuatunya bisa dilakukan secara praktis. Misalnya dalam sektor kuliner ini kemudahan dalam pembelian dengan berbagai sistem tunai, kartu debit maupun kredit, lalu keunikan makanan dan pengemasannya serta ketahanan produk menjadi pertimbangan. Faktor-faktor tersebut bisa dijadikan sebagai acuan bagi UMKM dan seluruh sektor kuliner agar bisa lebih meningkatkan kualitas dan value added agar dapat menarik minat konsumen secara optimal dalam pengembangan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D. S., Suwarni, L., & Mawardi, M. (2020). Kesiapan Rumah Makan di Era New Normal. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 9(04), 216–221.
- Arisinta, O. (2021). Evaluasi Strategi Pemasaran Produk Bagi Pedagang Kaki Lima Selama Masa Pandemi Covid 19 di Stadion Bangkalan. *Al-Muhasib: Journal of Islamic Accounting and Finance*, 1(2), 118.
- Aulia, N., Randi, R., Alfatiha, M. R., Fatoriq, H. I., & Panorama, M. (2022). Studi Pemulihan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Sumatera Selatan. *Berajah Journal*, 2(1), 177–187.
- Ezizwita, E., & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51–63.
- Hasyim, R. A., Dammar, B., & Ayasofia, F. (2020). Memprediksi Orientasi Perilaku Konsumen Pasca Pandemi Covid19. *Jurnal Abdimas*, 7(1), 63–66.
- Herlina, H. (2020). Perubahan Fluktuatif Struktur Ekonomi Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 17(2), 199–210.
- Rakhmanita, A. (2021). Usaha Kuliner Berskala Mikro dan Kecil di Desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor: Kondisi Pasca Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 41–47.
- Satriadi, S., Reformeizi, M. W., Babheer, S. F. A., Yuanita, A. A., & Harningsih, Y. (2022). Analisis Pemulihan Ekonomi Pasca Covid-19 di Kabupaten Bintan. *SNHRP*, 279–287.
- Singgih, M. N. (2007). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227.
- Sugianti, N., & Anwar, K. U. S. (2021). Pengaruh Masa Pandemi Covid 19 Terhadap Wirausaha Kecil Di Indonesia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(4), 321–326. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i4.57>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.
- Yulivan, I. (2021). Peluang dan Tantangan Ekonomi Indonesia Di Masa COVID-19. *Jurnal Cendekia Waskita*, 5(1).