
Penguatan UMKM Guna Ketahanan Ekonomi di Desa Kalilembu Kecamatan
Karangdadap Kabupaten Pekalongan

Ahmad Taufiq*, Nurul Afiyah, Mohammad Syaifuddin, Aan Fadia Annur

UIN K.H. Abdurrahman Wahid

*Email: ahmad.taufiq@iainpekalongan.ac.id

ABSTRACT

By being dominated by young people. This UMKM is engaged in clothing. Some of them are produced from materials into ready-made clothes. Some of them become deliverymen or resellers by selling to markets outside the city, such as: Solo Market, Tegal Gubuk, Jakarta, Kudus, etc. From this income they meet their daily needs. It can be seen that the working method used is still very traditional. Especially for resellers who carry out transactions or buying and selling activities by going directly to the intended store. Of course, this method is greatly affected by the current corona outbreak, where there are certain cities that have imposed a lockdown policy. Many complained that the market was difficult to reach, threatened with closing activities because it invited too many crowds, and that their income had decreased. with a livelihood as UMKM actors and as UMKM workers, their income has decreased due to covid 19. Coupled with the lack of knowledge about the creative economy, the people of Kalilembu Village are stuck and have difficulty developing their business. as a form of maintaining the community's economic resilience, the solutions that can be given are as follows: 1) Socializing the creative economy to the younger generation, especially SMEs. 2) Conduct online buying and selling lessons through e-commerce. 3) Development of creativity from convection waste as an alternative to increase income. 3) Dissemination of educational content to young children

Keywords: *UMKM, Resellers, Traditional, Corona, Buying and Selling Online*

ABSTRAK

Dengan didominasi oleh anak-anak muda. UMKM ini bergerak dibidang pakaian. Sebagian ada yang produksi dari bahan menjadi pakaian jadi. Sebagian lagi ada yang menjadi loper atau reseller dengan cara menjual ke pasar-pasar luar kota, seperti: Pasar Solo, Tegal Gubuk, Jakarta, Kudus, dll. Dari pendapatan inilah mereka mencukupi kebutuhan sehari-hari. Dapat dilihat, bahwa cara kerja yang digunakan masih sangat tradisional. Terutama pada reseller yang melakukan kegiatan transaksi atau jual beli dengan cara mendatangi langsung ke toko yang dituju. Tentu cara ini sangat terkena dampak yang besar dengan adanya wabah corona sekarang ini, dimana terdapat kota-kota tertentu yang memberlakukan kebijakan lockdown. Banyak yang mengeluhkan mulai dari pasar yang susah dijangkau, terancam kegiatan ditutup karena terlalu mengundang kerumunan, dan pendapatan yang diperoleh mengalami penurunan. dengan mata pencaharian sebagai pelaku UMKM maupun sebagai buruh UMKM mengalami penurunan pendapatan dengan adanya covid 19. Ditambah dengan minimnya pengetahuan mengenai ekonomi kreatif menjadikan masyarakat Desa Kalilembu berhenti dan kesusahan mengembangkan usahanya. sebagai wujud dalam mempertahankan ketahanan ekonomi masyarakat, solusi yang dapat diberikan sebagai berikut : 1) Melakukan sosialisasi ekonomi kreatif kepada generasi muda khususnya pelaku UMKM. 2) Melakukan pembelajaran jual beli online melalui ecommerce. 3) Pengembangan kreativitas dari limbah-limbah konveksi sebagai salah satu alternatif guna menambah pendapatan. 3) Sosialisasi konten-konten edukasi kepada anak-anak kecil

Kata Kunci: *UMKM, Reseller, Tradisional, Corona, Jual Beli Online*

PENDAHULUAN

World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa Coronaviruses (Cov) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus ini menular dengan cepat dan telah menyebar ke beberapa negara, termasuk Indonesia. Seseorang dapat tertular COVID-19 melalui berbagai cara, yaitu; Tidak sengaja menghirup percikan ludah dari bersin atau batuk penderita COVID-19, Memegang mulut atau hidung tanpa mencuci tangan terlebih dulu setelah menyentuh benda yang terkena cipratan air liur penderita COVID-19 dan Kontak jarak dekat dengan penderita COVID-19, misalnya bersentuhan atau berjabat.

Pandemi covid-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada 2 Maret 2020, ketika 2 orang terkonfirmasi tertular dari seorang warga Negara Jepang. Pada 9 April, pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi dengan Jawa Timur, DKI Jakarta dan Sulawesi Selatan sebagai provinsi paling terpapar. Upaya sebagai pencegahan penyebaran pun dilakukan dan dikampanyekan. Setidaknya ada dua cara yang menjadi kunci pengendalian penularan dan penyebaran covid-19 yaitu dengan menjaga jarak dan rajin mencuci tangan dengan sabun dan memperbanyak wastafel portabel yang diadakan secara mandiri oleh masyarakat.

Pemerintah pun akhirnya melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengampanyekan *Stay at home*. Masyarakat dilarang berkerumun dengan orang banyak dan harus menjaga jarak fisik (*physical distancing*) untuk mencegah persebaran Covid-19. Covid-19 menjadi krisis besar manusia, manusia dipaksa berhenti dari rutinitas kehidupannya sehari-hari dan diminta berdiam diri di rumah. Pasar-pasar ditutup, pabrik ditutup, sekolah dibubarkan dan lain sebagainya.

Covid 19 ini hampir meluluhlantakan roda perekonomian negara. Dilansir dari berita okezone.com hampir 80% pengusaha mengalami penurunan pendapatan. Tak hanya itu, menteri keuangan Sri Mulyani juga menyebutkan 3 dampak terbesar adanya covid 19 ini diantaranya, konsumsi rumah tangga atau daya beli jatuh sangat dalam mengingat konsumsi 60 persen menopang ekonomi, melemahnya investasi, dan melemahnya nilai ekspor karena seluruh dunia juga mengalami perlemahan dimana harga komoditas turun, minyak turun, batu bara turun, CPO turun, dan mempengaruhi basis ekonomi Indonesia yang berorienteasi ekspor.

Sektor UMKM pun terdampak parah. Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi COVID-19. Sedikitnya 39,9 persen UMKM memutuskan mengurangi stok barang selama pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat covid-19. Sementara itu 16,1 persen UMKM memilih mengurangi karyawan akibat toko fisik ditutup. Sektor UMKM mengalami dampak yang cukup dalam akibat pandemi covid-19.

Oleh Kementerian Keuangan mengkaji bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, eksistensi UMKM, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta penurunan kinerja perusahaan (Santoso, 2020). Seperti yang terjadi di Desa Kalilembu. Sebagian besar masyarakat Desa Kalilembu bekerja sebagai buruh UMKM dan pelaku UMKM. UMKM di Desa Kalilembu ialah usaha menengah yang bergerak dibidang konveksi yang memproduksi produk *fashion* seperti baju dan celana. Setiap bulanya nilai penjualan selalu lancar dan tidak jarang selalu mendapat tambahan pesanan. Cara yang mereka gunakan pun masih tradisional. Di tengah ramainya aplikasi jual beli online yang berkembang, para pelaku UMKM di Desa Kalilembu masih tetap menggunakan cara yang lama. Mereka lebih memilih untuk mendatangi secara langsung dari toko satu ke toko lainya dengan alasan agar lebih aman dalam melakukan transaksi. Bisa melihat toko yang dituju secara langsung, lebih mengenali pemilik toko, dan lebih mengerti bagaimana keadaan di lapangan.

Dalam rangka memutus penyebaran covid 19, pemerintah mengambil kebijakan *social distancing*. Kebijakan ini sangat memberikan dampak yang besar kepada masyarakat desa Kalilembu, khususnya pelaku UMKM. Mereka mengalami penurunan pendapatan, bahkan ada yang melakukan pengurangan pekerja di UMKM tersebut. Pasalnya, kebijakan *social distancing* tidak memperbolehkan masyarakat bepergian baik di dalam kota maupun luar kota. Pasar-pasar pun ditutup karena terlalu mengundang keramaian. Hal ini sangat bertentangan dengan cara tradisional yang mereka gunakan. Ditambah dengan melihat keadaan pada masyarakat di Desa Kalilembu yang minim akan pengetahuan ekonomi kreatif serta perlunya sosialisasi mengenai cara berjualan yang lebih efektif di tengah pandemi covid 19. Meskipun di desa tersebut belum terdapat pasien yang dinyatakan positif terinfeksi virus Covid-19, tetapi kepanikan serta ketakutan warga setempat juga berpengaruh terhadap perkembangan UMKM tersebut (Sarmigi, 2020).

METODE

Tabel. 1 Metode pelaksanaan

No	Nama Kegiatan	Metode
1	Sosialisasi ekonomi kreatif kepada generasi muda khususnya pelaku UMKM.	<ul style="list-style-type: none">- Mendatangi tempat pelaku UMKM atau wakil- Memohon izin kepada pelaku UMKM agar berkenan meluangkan waktu- Memberikan penjelasan mengenai sosialisasi terkait tujuan dan manfaat
2	pembelajaran jual beli online melalui e-Commerce	<ul style="list-style-type: none">- Mengumpulkan audiens disalah satu tempat pelaku UMKM- Melakukan sosialisasi terlebih dahulu mengenai e-Commerce dan memperkenalkan e-Commerce yang masih trend saat ini- Memberikan manfaat apa saja menggunakan e-Commerce- Mendampingi praktik penggunaan e-Commerce untuk pelaku UMKM
3	Pengembangan kreativitas dari limbah-limbah konveksi	<ul style="list-style-type: none">- Berkumpul disalah satu tempat pelaku UMKM- Mengambil beberapa limbah dari produksi pakaian sebagai sampel dan membuat limbah tersebut menjadi sesuatu yang memiliki daya jual
4	Sosialisasi konten-konten edukasi kepada anak-anak kecil	<ul style="list-style-type: none">- Memohon izin kepada orang tua anak sekaligus menjelaskan terkait sosialisasi yang akan diberikan- Mewawancarai orang tua guna mengetahui konten apa saja yang sering ditonton oleh anak-anak saat di rumah- Mengumpulkan anak-anak ditempat ternyaman guna penyampaian sosialisasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri UMKM yang terdampak Covid-19

Dengan cepatnya penyebaran Covid-19, dampak perlambatan ekonomi global mulai dirasakan di dalam negeri. Banyak pelaku UMKM meliburkan karyawannya bahkan menutup sementara usahanya. Salah satu penyebabnya adalah penurunan omzet penjualan. *Work from home* atau dikenal dengan singkatan WFH juga berpengaruh terhadap penurunan omzet. Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan *physical distancing* dan penerapan pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian.

Para pelanggan menutup diri dan menjaga jarak dan berdampak terhadap aktivitas bisnis. Kegiatan interaksi fisik antara sesama manusia menjadi berkurang dan membuat masyarakat mengurangi aktivitas ekonomi secara drastis. Hal ini berdampak pada bisnis di sektor manufaktur, transportasi dan pariwisata mengalami penurunan. Keadaan ini sangat mengkhawatirkan, mengingat banyaknya kewajiban yang harus ditanggung seperti membayar listrik, menggaji karyawan dan lain sebagainya. Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang terdampak oleh penyebaran virus ini. Ketua Bali Tourism Board (BTB) Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Bali, Ida Bagus Agung Partha Adnyana mengatakan telah terjadi 40.000 pembatalan hotel dengan kerugian mencapai Rp1 triliun setiap bulan (Kontan, 5 Maret 2020). Lesunya sektor pariwisata memiliki efek domino terhadap sektor UMKM. Berdasarkan data yang diolah P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah di angka 0,07%. Pengaruh virus Covid-19 terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan, usaha mikro akan berada di angka 17,03%. Untuk usaha kecil di sektor kerajinan kayu dan rotan 1,77% dan usaha menengah 0,01%. Sementara itu, konsumsi rumah tangga juga akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8% (katadata.co.id, 2 Maret 2020). Padahal pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat tergantung pada ketahanan UMKM saat menghadapi krisis. Meskipun telah diketahui ketahanannya dalam menghadapi krisis ekonomi, terkait dengan kondisi terkini Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia Akumindo)

Kebanyakan permasalahan yang dihadapi dalam UMKM adalah masalah permodalan. Sehingga, diperlukan cara lain supaya sektor UMKM lebih berkembang lagi, baik melalui aspek pemasaran maupun distribusi. Dari segi pemasaran, dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang sedang

berkembang pesat saat ini. Dengan pengguna internet di Indonesia yang cukup pesat dari tahun ke tahun, penjualan produk secara online adalah salah satu cara yang baik untuk memasarkan produk UMKM (Permana, 2017). Akan tetapi pada masa pandemi covid-19 ini strategi pemasaran produk harus dilakukan secara online juga seperti halnya mendaftarkan UMKM ke situs Gofood maupun Grabgood. Karena sedikitnya aktivitas masyarakat diluar rumah para pengusaha harus membuat inovasi baru agar produknya bisa dinikmati oleh banyak orang dengan mematuhi protokol kesehatan.

Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Desa Kalilembu

Pada tahun 2006-2010 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami peningkatan yang cukup memuaskan. Porsinya UMKM menyumbang sebesar 57% dari PDB. Peningkatan UMKM bukan dikarenakan kuantitas melainkan tenaga kerja, modal serta aset mereka (Pratiwi, 2020). UMKM bisa dikatakan sebagai usaha produktif yang cukup kuat, apabila terjadi gejolak atau krisis negara mereka tidak terdampak dikarenakan prinsip kemandirian yang dimiliki. UMKM tidak bergantung pada lembaga apapun dan memiliki modal sendiri sehingga UMKM berperan penting dalam perekonomian.

Sejak merebaknya covid 19 bulan Maret silam, Indonesia sudah terkonfirmasi banyaknya kasus positif Covid-19. Dengan adanya kebijakan pemerintah untuk tidak keluar rumah tentu saja sangat berpengaruh terhadap banyak hal, termasuk salah satunya UMKM (Hardilawati, 2020). Tingkat penyebaran Covid-19 berpotensi berdampak secara langsung terhadap ekonomi termasuk juga usaha mikro kecil dan menengah.

Dampak dari Covid-19 terhadap UMKM rata – rata mengalami penurunan omset yang lumayan besar. Hal ini terjadi karena berkurangnya aktivitas masyarakat diluar rumah, berkurangnya kepercayaan masyarakat, serta sulitnya memperoleh bahan baku. Begitu pula dengan UMKM yang berada di Desa Kalilembu yang mana UMKM ini beroperasi sebagai usaha konveksi yang memproduksi produk fashion seperti baju dan celana.

Adanya kebijakan dari pemerintah mengenai *social distancing*, menutup tempat-tempat yang mengundang keramaian seperti mall, pasar, tempat tongkrongan, dll membuat para pelaku UMKM di desa Kalilembu mengalami kesulitan khususnya penutupan pasar yang mana menjadi tujuan utama para pelaku UMKM. Ditambah lagi dengan tidak adanya kepastian mengenai penutupan tempat-tempat yang ramai, dampak yang sangat dirasakan adalah penurunan pendapatan yang sangat drastis, yaitu kurang lebih sekitar 80% dari hari-hari normal. Bukan hanya pendapatan, tingkat daya beli masyarakat pun menurun. Selain mengenai penurunan omset dan tingkat daya beli, dampak dari Covid-19 juga menyebabkan adanya pengurangan tenaga kerja, di samping guna mengurangi pengeluaran yang berlebih juga untuk mengurangi tingkat penularan virus baru ini.

Upaya meningkatkan pendapatan saat Pandemi

Pandemi Covid-19 di Indonesia dan beberapa negara di seluruh dunia sangat berdampak pada perekonomian terutama terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Banyak dampak yang diperoleh dari wabah Covid-19, seperti ditutupnya akses dalam proses distribusi, tenaga kerja banyak yang di PHK, kesulitan mencari barang atau bahan baku, tingkat penjualan produk menurun dan lain – lain. Sejak adanya wabah ini perekonomian tidak terkendali dan menurun. Namun, diharapkan UMKM ini bisa bangkit dan tetap kokoh menopang perekonomian Indonesia.

Pendapatan menurun atau berkurang drastis sekitar 80% dari hari normal, kemudian terjadi penurunan tingkat daya beli, sebagian dampak yang dirasakan oleh UMKM yang berada di Desa Kalilembu. Sebagai pelaku usaha tidak ada yang mau mengalami kerugian yang lumayan besar. Namun di sisi lain, dengan keadaan seperti ini pelaku usaha mau tidak mau harus bersahabat. Serta memikirkan strategi tanpa melupakan anjuran dari pemerintah, seperti melakukan kegiatan apapun harus mematuhi protokol kesehatan, agar bisa meningkatkan pendapatan meskipun dengan keadaan dan situasi yang baru.

Dengan adanya fenomena baru seperti ini, pelaku usaha tidak mungkin diam ditempat atau berhenti stagnan dalam keadaan saat ini. Ada beberapa upaya untuk meningkatkan pendapatan saat pandemi, antara lain: (pertama) Mempelajari tentang teknologi, dengan adanya teknologi pelaku usaha bisa membuat media promosi melalui media sosial, seperti Whatsapp, Instagram, Facebook dan lain – lain. atau dengan adanya pendampingan dalam mempelajari teknologi atau era digitalisasi. Konsumen sudah tidak asing dengan teknologi, meskipun masih banyak masyarakat yang lebih nyaman jika datang langsung ke tokonya, namun Dengan adanya pendampingan dalam mempelajari teknologi, suatu usaha akan lebih di kenal orang dari sisi online ataupun offline dan tidak lain suatu pendapatan akan meningkat meskipun dengan keadaan yang berbeda. (Kedua) Memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen, dengan lebih teliti, ramah dan tidak lupa selalu memperhatikan anjuran pemerintah atau sesuai dengan protokol kesehatan. (Ketiga) Lebih memperkuat Sumber Daya manusia dengan cara menanamkan pembelajaran mengenai era globalisasi dan

teknologi. Dalam arti, dengan adanya pelaku usaha perseorangan diharapkan bisa menyerap tenaga kerja Indonesia, dan adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini bisa mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. (Keempat) Memberikan serta memperhatikan standar kualitas produk. Dengan memperhatikan kualitas produk yang akan di post atau dijual ke konsumen, suatu pelaku usaha memiliki satu poin lebih yang dirinya bisa di percaya oleh masyarakat. Ini salah satu cara pelaku usaha guna menarik perhatian konsumen.

Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi

Tidak dipungkiri dampak Covid-19 membuat perekonomian semakin buruk. Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini bergelimpangan menghadapi wabah yang berbahaya. Namun ada juga UMKM yang masih bertahan di tengah pandemi. Ada beberapa strategi bertahan UMKM guna memperbarui produk atau meningkatkan pembaharuan sistem mereka : (1) E – commerce, di tengah pandemi saat ini penjualan yang bersifat datang langsung ke toko mengalami penurunan penjualan.. dengan ini e-commerce merupakan salah satu strategi guna meningkatkan penjualan produk yang berbasis online, bisa di kerjakan kapan saja dan dimana saja serta dapat menghemat waktu. (2) Digital Marketing , saat adanya wabah Covid-19 , banyak yang menyebabkan penurunan omset penjualan. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan internet dan memikirkan sesuatu yang kreatif dan inovatif guna mempromosikan produknya. Digital marketing merupakan kegiatan mempromosikan atau mencari nama pasar dengan memanfaatkan internet atau media sosial. (3) Perbaikan Produk dan Pelayanan terhadap Konsumen, tidak banyak konsumen yang merasa hati-hati terhadap produk atau barang yang di beli saat pandemi. Maka dari itu suatu pelaku usaha harus melakukan perbaikan produk guna meningkatkan kembali kepercayaan konsumen dan secara tidak langsung juga dapat memperbarui pelayanan terhadap konsumen. (4) Mempertahankan Produk dan Mempertahankan pelanggan atau konsumen yang sudah ada, di tengah pandemi seharusnya pelaku usaha atau UMKM tidak hanya berfokus pada promosi di medis sosial. Namun juga dengan datangnya pelanggan baru harus bisa mempertahankannya, baik dari sisi konsumen ataupun dari produknya. Dengan cara itu dapat menciptakan kepuasan pelanggan atas pelayanan kita. Cara seperti ini pun merupakan strategi pelaku guna terciptanya hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen bisa terjalin dalam jangka panjang dan diantara keduanya juga mendapatkan keuntungan serta menciptakan loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu usaha yang tidak bekerja sama dengan lembaga apapun, dan berdiri sendiri, dan pelaku usaha tidak tergabung dengan perusahaan lain atau dengan perusahaan milik sendiri entah itu usaha kecil atau usaha besar. Akibat adanya Pandemi tiga sektor terkena dampak yang sangat serius, antara lain sektor pariwisata, perdagangan dan investor. Perdagangan sangat terdampak dikarenakan mengalami penurunan pendapatan serta penurunan tingkat daya beli masyarakat, seperti halnya UMKM.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini sering disebut sebagai tulang punggung perekonomian dan sangat berperan penting bagi perekonomian. UMKM termasuk penyumbang PDB sangat tinggi. Dengan adanya wabah ini ada beberapa upaya UMKM guna meningkatkan pendapatan seperti mempelajari teknologi, banyak manfaat dengan mempelajari teknologi diantaranya produk atau barang yang dijual lebih dikenali banyak orang baik melalui online ataupun offline, memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen, serta memperhatikan kualitas produk supaya dapat dipercaya konsumen akan pemilihan kualitas produk yang sangat baik, dan memberikan kesempatan tenaga kerja untuk berkecimpung di dunia bisnis. Dengan adanya UMKM ini juga bisa menyetrup tenaga kerja di Indonesia karena dapat mengurangi tingkat pengangguran. Kemudian ada beberapa strategi bertahan UMKM di tengah pandemi adalah dengan 1) memanfaatkan e-commerce, 2) melakukan promosi produknya melalui Digital Marketing, 3) perbaikan produk dan perbaikan layanan terhadap konsumen, 4) mempertahankan kualitas produk dan pelanggan yang sudah ada.

DAFTAR RUJUKAN

- Baldwin, R., Tomiura, E, 2020, Thinking ahead about the trade impact of COVID-19, CEPR Press VoxEU. Org
- Sekaran, Uma. 2011. Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis), Salemba Empat, Jakarta.
- Suci, Fellyanda. 2020. Cerita Lengkap Asal Mula Munculnya Virus Corona di Wuhan.

- Bhargavaa, A., Dean T. Jamisonb, Lawrence J. Lauc, Christopher J.L. Murray, 2020, “Modeling the effects of health on economic growth”, *Journal of Health Economics*. 20, 423–440
- Casalino, N and Żuchowski, I and Labrinos, N and Munoz N, Ángel L and Martín J, José A. (2020). Digital Strategies and Organizational Performances of SMEs in the Age of Coronavirus: Balancing Digital Transformation with An Effective Business Resilience. *Law and Economics Yearly Review Journal –LEYR* .