

Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Omset Penjualan Kopi Di Kanara Coffee Bandar Lampung 2020-2021

Miranda Febby Utami¹, Moh. Faizal², Choiriyah³

¹Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang

^{2,3}Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Palembang

Email: miranda@student-stebisigm.ac.id, izai@stebisigm.ac.id,
choi@stebisigm.ac.id

Abstract

This study is entitled The impact of the COVID-19 pandemic on coffee sales turnover at Kanara Coffee Bandar Lampung. The formulation of the problem, is there any effect of the pandemic impact on Kanara Coffee, is there a decrease in turnover stability during the covid-19 pandemic. The study aims to find out whether the impact of covid-19 on coffee sales in Canara coffee has an effect in this pandemic era. And how to handle it so that turnover can be stable or not experience a very drastic decline. Is the coffee shop doing promotions through social media or is there another way that can stabilize turnover so that it is the same as before covid. It is possible that turnover could decrease due to the PPKM that applies in the province of Lampung, because the implementation greatly affects the operating hours of visitors who want to come. Therefore, this test was carried out using qualitative methods so that specifications. The calculation results show that the variable impact of covid partially has a significant effect on coffee sales in Kanara Coffee, Bandar Lampung. The results of the study obtained the coefficient of determination (R²) of 0.436. This shows that the contribution of the covid impact variable and turnover can explain employee performance by 43.6%, while the remaining 0.564 or 56.4% can be explained by other variables not included in this study.

Keyword : *Impact. Turnover, Coffee Sale*

Abstrak

Penelitian ini berjudul Dampak pandemi covid-19 terhadap omset penjualan kopi di Kanara Coffee Bandar Lampung. Rumusan masalah, apakah adanya pengaruh dampak pandemic terhadap kanara coffee, apakah ada penurunan stabilitas omset pada saat pandemic covid-19. Penelitian bertujuan untuk mencari tau dampak covid-19 terhadap penjualan kopi di kanara coffe apakah berpengaruh di era

pandemic ini. Dan bagaimana cara menanganinya agar omset bisa stabil atau tidak mengalami penurunan yang sangat drastis. Apakah kopi shop melakukan promosi melalui media social atau ada cara lain yang dapat menstabilkan omset agar sama seperti sebelum covid. Kemungkinan omset bisa menurun akibat adanya PPKM yang berlaku di provinsi Lampung, karena pemberlakuan itu sangat mempengaruhi jam operasional pengunjung yang ingin datang. Maka dari itu dilakukan pengujian ini dengan menggunakan metode kualitatif agar spesifik. Dari hasil perhitungan menunjukkan variabel dampak covid secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung. Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,436. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel dampak covid dan omset bisa menjelaskan kinerja karyawan sebesar 43,6%, sedangkan sisanya 0,564 atau 56,4% bisa dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Dampak. Omset, Penjualan Kopi*

Pendahuluan

Sejak munculnya Coronavirus novel 2019 (Covid-19) infeksi di Wuhan China pada bulan Desember, itu menyebar dengan cepat ke seluruh Tiongkok dan banyak negara lainnya. Begitu sejauh ini Covid-19 telah mempengaruhi lebih dari 43.000 pasien di 28 negara atau wilayah yang menjadi masalah utama adalah kesehatan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan nama baru untuk penyakit epidemic yang disebabkan oleh Covid-19 (Mukharom & Aravik, 2020).

Mengenai virus itu sendiri, Internasional Komite Taksonomi Virus telah berganti nama menjadi yang sebelumnya bernama 2019-nCoV sebagai pernafasan akut yang parah *syndrome coronavirus -2* (SARS-CoV-2). Meskipun studi awal melaporkan hubungan antara satu lokal pasar ikan dan hewan liar dan sebagian besar kasus infeksi, kemungkinan penularan dari hewan ke manusia.

Penularan SARS-CoV-2 antar manusia dari manusia ke manusia melalui tetesan atau kontak langsung secara tidak sengaja dan tanpa kita sadari. Peningkatan jumlah kasus corona terjadi dalam waktu singkat dan membutuhkan penanganan segera. Virus corona dapat dengan mudah menyebar dan menginfeksi siapapun tanpa pandang usia.

Virus ini dapat menular secara mudah melalui kontak dengan penderita. Sayangnya hingga saat ini belum ada obat spesifik untuk menangani kasus infeksi virus corona atau COVID-19. Karena alasan inilah pemerintah di beberapa negara memutuskan untuk menerapkan *lockdown* atau isolasi total atau karantina.

Begitu juga dengan Indonesia. Namun, dengan menerapkan isolasi total atau karantina, sebagian negara akan mengalami perekonomian

yang sangat buru (Suhery et al., 2020). 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, sudah menyebar ke 34 provinsi dengan Jawa Timur, DKI Jakarta dan Sulawesi Selatan sebagai provinsi paling terpapar.

Upaya pencegahan penyebaranpun 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 portable* yang diadakan secara mandiri oleh masyarakat.

Pemerintah pun akhirnya melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta mengkampanyekan Stay at home. Sektor UMKM pun terdampak parah. Berdasarkan data dari kementerian koperasi yang memaparkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona. Sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman (Rosita, 2020).

Maka dari itu munculnya masalah yang harus dihadapi pembisnis tepatnya di Kanara Coffee Bandar Lampung, sejak pemberlakuan PPKM membuat omsenya sangat menurun karena jam operasioal yang tadinya open jam 11.00 -11.00 malam menjadi berubah menjadi jam 11.00-08.00 malam, penurunan omset itu tidak menentu kadang sangat mengalami penurunan omset kadang hanya sedikit tergantung banyaknya pengunjung yang datang.

Sebelum adanya pandemi, UMKM telah menunjukkan potensi bahwa ia mampu bertahan walau situasi ekonomi dalam keadaan yang sulit sekalipun. Sebab mayoritas pelaku UMKM belum menerapkan hubungan secara langsung baik antara keuangan domestik maupun global, sehingga mereka mampu bertahan dalam situasi krisis seperti yang terjadi di tahun 1998.

Landasan Teori

1. Covid-19

World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa Coronaviruses (Cov) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut COVID19. 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 2 (Rosita 2020).

Memegang mulut atau hidung tanpa mencuci tangan terlebih dulu setelah menyentuh benda yang terkena cipratan air liur penderita COVID-19 3. Kontak jarak dekat dengan penderita COVID-19, misalnya bersentuhan atau berjabat. Di Indonesia, penyebaran virus ini dimulai sejak tanggal 02 Maret 2020, diduga 150 berawal dari salah satu warga negara Indonesia yang melakukan kontak langsung dengan warga negara asing. Seiring dengan berjalannya waktu, penyebaran covid-19 telah mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut dapat diketahui dari data berikut (Nalini 2021).

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 aktifitas masyarakat berpengaruh pada aktifitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian (Rosita, 2020).

2. Pengertian Dampak

Pengertian dampak menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah seandainya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.

3. Omset

Menurut Swastha dan Irawan (2005) memberikan pengertian omset penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang-barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Arti kata omset adalah jumlah, sedangkan arti penjualan adalah kegiatan menjual barang dengan tujuan mencari laba/pendapatan.

Jadi arti dari omset penjualan adalah jumlah penghasilan/laba yang dihasilkan dari menjual barang/jasa khususnya pada usaha percetakan

(Kristanto et al., 2017).

Faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omset dibagi menjadi dua faktor yaitu:

- a. Faktor internal (faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan) diantaranya, kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan serta kebijaksanaan untuk memilih perantara yang digunakan.
- b. Faktor eksternal (faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan) diantaranya: perkembangan ekonomi dan perdagangan baik nasional maupun internasional, kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter dan suasana persaingan pasar (Sylvia, 2019).

Meningkatkan omset penjualan adalah tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh seberapa banyak produk yang laku di pasaran. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya. Dari beberapa observasi serta analisa strategi yang saya berikan keteman-teman UKM, berikut ini beberapa cara yang bisa dilakukan pemilik bisnis / pelaku UKM untuk meningkatkan omset bisnis:

- 1) Target market potensial
- 2) Rencanakan promosi
- 3) Membuat paket produk
- 4) Insentif untuk Konsumen
- 5) Varian produk Strategi

4. Penjualan

Beberapa ahli menyebutnya sebagai ilmu dan beberapa yang lain menyebutnya sebagai seni. Ada pula yang memasukkan masalah etika dalam penjualan. Menurut Swasta Basu (2019:8-10), "Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan. Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dengan pembeli".

Penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara individual yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya, yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang. Menurut Nafarin M (2015:96), "Jualan (*sale*) artinya hasil proses menjual atau yang dijual atau hasil penjualan. Penjualan (*selling*) artinya proses penjualan. Sedangkan menjual (*sell*) artinya menyerahkan sesuatu kepada pembeli dengan harga tertentu".

5. Jenis-jenis Penjualan

Jenis-jenis penjualan dikelompokkan menjadi beberapa :

1. *Trade Selling*

Terjadi jika produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Yang melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

2. *Missionary Selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

3. *Tehnical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya.

4. *New Business Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Biasanya digunakan oleh Perusahaan Asuransi.

5. *Responsive Selling*

Tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah route driving dan retailing. Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus kepada pembelian ulang (Swastha & Irawan, 2015).

Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Dampak penelitian ini penulis akan membahas permasalahan mengenai Dampak covid-19 terhadap omset di kanara coffee Bandar Lampung.

2. Objek penelitian

Objek penelitian yang diteliti adalah karyawan, pengunjung, pemilik coffee shop. Dan dampak covid-19 terhadap omset disana.

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 6 bulan, dilakukan sejak keluarnya tanggal izin penelitian sampai proses bimbingan berlangsung tempat penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 20 Februari 2022 dimulai pada pukul 11.00 sampai selesai di Kanara Coffee Bandar Lampung.

4. Batasan Penelitian

Penelitian ini melibatkan karyawan, pengunjung, pemilik *coffee shop*.

Penelitian ini akan berfokus pada Dampak covid-19 terhadap omset di kanara *coffee* apakah sangat mempengaruhi atau standar.

5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto,2006: 130). Menurut pendapat lain populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang menjadi sasaran penelitian (Sudjarwo dan Basrowi, 2009: 225). Dengan demikian menurut pendapat saya populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan objek yang akan diteliti baik berupa benda,manusia,peristiwa ataupun gejala yang akan terjadi. Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah pengunjung,karyawan sebanyak 100 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006: 131). Untuk mengukur berapa minimal sampel yang dibutuhkan peneliti menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10%, seperti berikut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\&= \frac{100}{1 + 100 \cdot (0,1)^2} \\&= \frac{100}{2} \\&= 50 \text{ orang}\end{aligned}$$

Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin diatas didapat sampel sejumlah 50 orang. Kemudian akan digunakan untuk dapat mewakili populasi sejumlah 50 orang.

6. Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dipakai adalah metode kuantitatif, dan beberapa metode lainnya adalah sebagai berikut :Wawancara (*interview*) dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner.Ini disebabkan oleh karena peneliti tidak dapat mengobservasi seluruhnya.Tidak semua data dapat diperoleh dengan observasi.Oleh karena itu peneliti harus mengajukan pertanyaan kepada partisipan.Pertanyaan sangat penting untuk menangkap persepsi, pikiran, pendapat, perasaan orang tentang suatu gejala, peristiwa, fakta atau realita. Dengan mengajukan pertanyaan peneliti masuk dalam alam berpikir orang lain, mendapatkan apa yang ada dalam pikiran mereka dan mengerti apa yang mereka pikirkan. Karena persepsi, perasaan, pikiran orang sangat berarti, dapat dipahami dan dapat dieksplisitkan dan dianalisis secara ilmiah (cony R. Semiawan 2010.p:133). Wawancara dilakukan secara terdalam karena untuk mendapatkan data-data omset perusahaan atau coffee shop, apa saja yang sangat berpengaruh dalam perubahan atau peenurunan omset disana.

Metode dokumentasi adalah mencari data yang berupa catatan,

transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2010). Menurut Hadari Nawawi (2005) studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip- arsip dan dokumen penting lainnya.

Pembahasan

1. Pengaruh Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penjualan Kopi Di Kanara Coffee Bandar Lampung.

Pengaruh dampak covid terhadap penjualan kopi di Kanara coffee Bandar Lampung, menunjukkan hasil adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antar dampak covid terhadap[penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung hal ini dibuktikan oleh hasil perhitungan t hitung variabel dampak covid (X1) sebesar $3,692 > t$ tabel $2,129$ dengan nilai signifikansi $0,082$ yang artinya hipotesis diterima, dampak covid dalam penelitian ini terbukti secara parsial memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung, artinya dampak covid memang berpengaruh dalam penjualan ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh penelitian Gregorius Septian Briliardo dan arief Teguh Nugroho(2019), bahwa dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwasannya dampak covid-19 tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap pembelian kopi. Ini ditunjukkan dengan hasil uji T sebesar $0,957 > 0,05$. Hal ini mengakibatkan hipotesis yang ada sebelumnya ditolak. Karena menunjukkan hasil yang berbeda.

Hasil penelitian ini tidak sejalan/ dibantah dengan penelitian Ahmad Baihakikki Zaini (2013), bahwa dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwasannya dampak covid memiliki pengaruh secara signifikansi secara parsial terhadap penjualan kopi. Ini ditunjukkan dengan hasil nilai t hitung $3,407 > 2,00$ atau nilai sig lebih kecil dari $0,05$ ($0,001 < 0,05$).

2. Pengaruh Omset Terhadap Penjualan Kopi Di Kanara Coffee Bandar Lampung.

Pengaruh omset terhadap penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung menunjukkan hasil adanya pengaruh secara signifikan antar omset dan penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan variabel omset (X1) sebesar $-0,618 < 2,129$ dengan nilai signifikansi $0,540$ yang artinya di terima. Omset dalam penelitian ini terbukti berpengaruh terhadap penjualan kopi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rini Astuti dan Ikhsan Abdullah (2017), bahwa omset memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan kopi, ini ditunjukkan dengan hasil nilai t hitung $2,171 > t$ tabel

1,984, dengan nilai signifikan terhadap penjualan kopi.

Hasil penelitian ini tidak sejalan / dibantah dengan penelitian Yulihardi, S.E, M.Si (2013) bahwa omset tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penjualan kopi. Ini ditunjukkan dengan hasil nilai signifikan sebesar 0,193 dibandingkan dengan alpha 0,05 maka nilai signifikan lebih besar dari alpha $0,193 > 0,05$.

3. Pengaruh Dampak Pandemi Covid-19 Dan Omset Terhadap Penjualan Kopi Di Kanara Coffee Bandar Lampung

Dampak covid dan omset terhadap penjualan kopi di peroleh hasil uji F dengan nilai F hitung $18,135 <$ nilai F tabel 3,20 dan nilai signifikansi F 0,000 $<$ tingkat kesalahan ($\alpha=0,05$). Hal ini menunjukkan variabel dampak covid dan omset secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung yang artinya hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Baharudin (2019) yang menyatakan dampak covid dan omset secara signifikan terhadap penjualan kopi. Ini ditunjukkan dengan nilai uji F dimana F Hitung $15,971 >$ F tabel 2,160. Sedangkan hasil penelitian yang membantah penelitian ini bukan variabel dampak covid dan omset yang ditolak, tetapi menurut penelitian E Silaningsih dan P utami (2018), yang dimana penelitian ini memberikan bukti secara parsial bahwa variabel dampak covid dan omset yang tidak memiliki pengaruh pada penjualan kopi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika variabel dampak covid dan omset diteliti bersama-sama maka mempunyai pengaruh penting dalam penjualan kopi.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Dari hasil penelitian diperoleh t hitung variabel Dampak covid (X_1) sebesar $3,692 >$ t tabel 2,129 dengan nilai signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan variabel dampak covid secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung.
- b. Dari hasil penelitian diperoleh t hitung variabel omset (X_2) sebesar $-0,618 <$ t tabel 2,219 dengan nilai signifikansi 0,540. Hal ini menunjukkan variabel omset secara parsial tidak berpengaruh terhadap penjualan kopi di kanara coffee Bandar Lampung.
- c. Koefisien Regresi Linear Variabel dampak covid (X_1) positif sebesar 0,861 yang berarti bahwa setiap variabel dampak covid meningkat 1

- maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,861.
- d. Koefisien Regresi Linear Variabel omset (X_2) negatif sebesar -0,160 yang berarti bahwa setiap variabel omset menurun 1 maka akan menurun penjualan kopi sebesar 0,160.
 - e. Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,660. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel dampak covid dan omset terhadap penjualan kopi adalah tinggi 66%.
 - f. Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,436. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel dampak covid dan omset bisa menjelaskan kinerja karyawan sebesar 43,6%, sedangkan sisanya 0,564 atau 56,4% bisa dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Arikunto. (2010). . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta,.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi Peningkatan Omset Ukm Percetakan Dengan Pendekatan Analisis Swot. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (Sesindo)*, November, 257–262.
- Mukharom, M., & Aravik, H. (2020). Kebijakan Nabi Muhammad Saw Menangani Wabah Penyakit Menular dan Implementasinya dalam Konteks Penanggulangan Coronavirus Covid-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15096>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Suhery, Putra, T., & Jasmalinda. (2020). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Swastha, B., & Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Sylvia, R. (2019). Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada Ud Rahmani Sasirangan Kabupaten Banjar. 12(1), 51–62.