

DAMPAK PANDEMI COVID 19 TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UKM JAKARTA

Anung Widodo¹, Titin Endrawati², Sugeng Raharjo³

E-mail: anung4pp@gmail.com

Prodi Manajemen Logistik Industri Elektronika, Politeknik APP Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Dalam kaitan usaha kecil di masa pandemic covid 19 tidak hanya pada pengusaha besar saja tapi pengusaha kecil juga terkena dampak perekonomian yang sulit diakibatkan daya beli masyarakat yang menurun termasuk pengusaha UKM Toko Quinsha di Jakarta yaitu beberapa UKM penjual makanan dipinggir jalan ada usaha kecil sudah tidak berjualan lagi karena tidak ada yang beli sehingga kehabisan modal untuk berjualan kembali. Penelitian ini bertujuan untuk peneliti yang tergerak ingin meneliti kiat-kiat meningkatkan volume penjualan di masa pandemic covid 19 pada UKM.

Masalah yang dihadapi adalah ketika mengumpulkan data dimana UKM terkadang tidak berjualan dikarenakan masih sepi pelanggan. Tapi ketika ada pesanan melalui telephone maka kami sudah bisa mengambil data konsumen pembeli nasi kebuli. Sedangkan untuk nasi uduk dan nasi ulam masih dapat berjualan setiap hari kecuali hari libur kerja Toko Quinsha tidak berjualan karena pada hari libur kerja biasanya jarang pembeli. Dan untuk menhemat biaya operasional.

Data dikumpulkan melalui pembeli sebagai konsumen untuk mengisi kuesioner. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui penyebaran sejumlah daftar kuesioner dengan skala likert diberikan kepada 30 responden setelah disebar dalam kuesioner mengacu kepada variabel penelitian, yaitu Volume Penjualan dan dilihat dari indikator ke 1 mendapatkan 70%, dilihat dari indikator ke 2 mendapatkan 78% dan dilihat dari indikator ke 3 mendapatkan 76% sehingga skor rata-rata persentase seluruh indikator adalah 74,6%

Hasil menunjukkan bahwa skor rata-rata indicator Volume penjualan dari ketiga indicator skor rata-rata indicator masih dalam kategori baik yaitu 74%, hal itu karena skor presentase Volume penjualan persentasi dengan nilai 74% jika dilihat dari batas kriteria ukuran 60% - 79,99% adalah baik, Maka hasil rata-rata dari ketiga dimensi Volume Penjualan masih dalam ukuran kategori baik atau masih termasuk baik,

Keyword : Volume Penjualan, Dampak Covid-19, UKM

ABSTRACT

In terms of small businesses during the COVID-19 pandemic, not only big entrepreneurs but small entrepreneurs are also affected by a difficult economy due to the declining purchasing power of the people, including UKM entrepreneurs in Jakarta Quinsha Shop that is several UKM selling food on the side of the road, there are small businesses that are no longer selling because no one buys it so it runs out of capital to resell. This study aims for researchers who are moved to research tips on increasing sales volume during the COVID-19 pandemic in UKM

The problem faced is when collecting data where UKM sometimes do not sell because there are still no customers. But when there is an order by telephone, we can take consumer data for buying kebuli rice. Meanwhile, Nasi uduk and Nasi Ulam can still sell every day except for work holidays. Quinsha shop does not sell because on working holidays there are usually few buyers. And to save operational costs.

Data is collected through buyers as consumers to fill out a questionnaire. Using a quantitative approach with a survey method. The data collection technique was carried out through the distribution of a list of questionnaires with a Likert scale given to 30 respondents after being distributed in the questionnaire referring to the research

variable, namely Sales Volume and seen from the 1st indicator getting 70%, judging from the 2nd indicator getting 78% and seen from the 3rd indicator get 76% so that the average percentage score of all indicators is 74.6%

The results show that the average score of the sales volume indicator of the three indicators is still in the good category, namely 74%, this is because the percentage score of sales volume is a percentage with a value of 74% when viewed from the size criteria limit of 60% - 79.99 % is good, then the average result of the three dimensions of Sales Volume is still in the good category size or is still good,

Keyword : Sales Volume, Impact of Covid-19, UKM

PENDAHULUAN

Sejak kemunculan virus corona Covid 19 dengan menimbulkan wabah di beberapa negara sehingga memaksa dalam satu wilayah tertentu harus mengisolasi jika ada orang yang terpapar virus corona Covid 19. Negara Indonesia memilih tidak menerapkan Lockdown yaitu dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) secara darurat agar dapat mengatasi permasalahan kesehatan dan tidak melupakan permasalahan ekonomi. Pemerintah Indonesia tidak memilih menerapkan Lockdown yaitu dengan memilih Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) secara darurat agar dapat mengatasi permasalahan kesehatan dan tidak melupakan permasalahan ekonomi. Keputusan pembatasan social selama pandemi covid 19 membuat sejumlah aktivitas perekonomian terhenti termasuk aktivitas dipusat perbelanjaan karena orang dibatasi untuk keluar rumah jika tidak penting. Sehingga banyak toko di mall besar tutup .karyawan banyak kena Pemutusan hubungan kerja (PHK). Berdasarkan data Kementerian ketenaga kerjaan (Kemenaker) pada bulan Mei 2020, pekerja sektor formal yang dirumahkan sebanyak 1.058.284 pekerja. Pada tahun 2021 Yang mengalami pemutusan tenaga kerja (PHK) sebanyak 380.221 pekerja. (Kemenaker 2020-2021) Covid 19 juga memiliki dampak tidak hanya pada sektor manufaktur ,tetapi juga terhadap sektor UMKM. Tepatnya April tahun 2020.

Pada masa pandemic covid 19 Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kegiatan usaha yang banyak diminati masyarakat setelah terjadinya krisis ekonomi dan Krisis Kesehatan yang berdampak pada PHK pada perusahaan-perusahaan besar. Hasil Survei Katadata Insight Center mengatakan bahwa terdapat 206 pelaku UMKM di Jabodetabek, mayoritas 82,9% UMKM merasakan dampak negatif dari pandemi covid 19 sedangkan 5,9 % merasakan positif . Hal ini mengalami 63,9% UMKM terjadi penurunan omzet lebih dari 30%. UMKM yang mengalami peningkatan 38 % dengan melakukan berbagai cara untuk mempertahankannya.

Pandemi ini menyebabkan adanya perubahan pola pembelian konsumen, meskipun sudah banyak konsumen yang melakukan pembelian online, namun beberapa konsumen tetap banyak melakukan pembelian secara offline atau datang ke pusat perbelanjaan secara langsung. Hal ini sontak banyak pihak yang mengeluh karena merasa rugi. Termasuk dengan pelaku Usaha Kecil dan Menengah.

Dalam kaitan usaha di masa pandemic covid 19 tidak hanya pada pengusaha besar saja tapi pengusaha kecil juga terkena dampak perekonomian yang sulit diakibatkan daya beli masyarakat yang menurun termasuk pengusaha UKM Toko Quinsha dan beberapa UKM penjual makanan dipinggir jalan .Beberapa UKM ini ada yang sudah tidak berjualan lagi karena tidak ada yang beli ketika berjualan selama periode pandemic covid 19 sehingga kehabisan modal untuk berjualan kembali .Jika dilihat dengan perubahan pendapatan yang menurun dari usaha makanan rumahan yaitu ada yang menjual ayam geprek ,aneka jus ,Soto ayam dan Nasi uduk ,Nasi kebuli dan dimsum . Ternyata UKM Toko Quinsha adalah UKM yang termasuk dapat mempertahankan usaha ditengah kondisi masa pandemic covid 19 . Sehingga peneliti tergerak ingin meneliti kiat-kiat meningkatkan volume penjualan di masa pandemic covid 19 pada Toko Quinsha.

Pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah wabah yang berjangkit serempak di mana-mana meliputi daerah geografi yang luas sedangkan COVID-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu Sars-CoV-2 yang pertama kali dilaporkan di Wuhan, Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. Pada tanggal 9 Maret 2020, WHO secara resmi mendeklarasikan virus corona sebagai pandemi yang berarti virus corona telah menyebar luas di dunia. Gejala yang timbul dari virus ini adalah demam, batuk, dan kehilangan indra perasa dan penciuman. Tentunya virus ini adalah virus yang cukup berbahaya karena sudah memakan banyak jiwa. (Eva Chrustine,dkk, 2021).

Pandemi Covid-19 merupakan kejadian global yang terjadi di seluruh dunia dan menyerang siapapun tanpa mengenal usia. Pandemi Covid-19 ini sangat berdampak besar pada perekonomian di Indonesia dan harus segera diatasi oleh pemerintah. (USM) Pandemi ini telah melumpuhkan kegiatan perekonomian di seluruh dunia khususnya Indonesia. Berbagai kebijakan pemerintah telah dilakukan seperti lockdown, PSBB hingga PPKM. Kebijakan tersebut juga berdampak besar bagi pelaku usaha UMKM karena terbatasnya kegiatan perekonomian yang menyebabkan penurunan omset terutama pada pedang yang berada di pasar. Semenjak beberapa daerah memberlakukan pembatasan pergerakan orang, kerumunan sampai ada yang melakukan karantina parsial banyak sekali pedang yang merugi karena jarang ada pembeli bahkan tidak ada.

Beberapa pedagang masih mencari peruntungan berjualan meski dengan resiko diterbitkan. Hal itu, karena kehidupan mereka sangat bergantung pada pendapatan harian (Sinaga & Purba, 2020). Daya beli masyarakat Indonesia Daya beli menjadi salah satu indikator penting untuk melihat adanya pertumbuhan ekonomi pada masyarakat. Daya beli masyarakat bisa diartikan juga sebagai kemampuan masyarakat dalam membeli barang, dan biasanya ada peningkatan atau bahkan penurunan dalam kemampuan membeli suatu barang kebutuhan. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), Daya beli masyarakat Indonesia pada tahun. 2020 dinilai masih sangat rendah jika dilihat dari tingkat konsumsi rumah tangga. Menurut Eva (2021) dalam Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil (KUK) Jabar Kusmana Hartadji pun berpendapat bahwa adanya penurunan drastis hingga 80 persen pada pendapatan pelaku UMKM di situasi pandemi COVID-19.

Pandemi COVID-19 juga menyebabkan masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam membeli suatu produk. Pembeli akan lebih memilih produk yang kualitas dan izinnya terjamin. Hal ini dapat dilihat langsung oleh pembeli melalui kemasan pada produk yang dijual. Selain itu, review atau rekomendasi yang baik dari seseorang kepada orang lain terhadap suatu produk merupakan hal yang penting untuk meningkatkan penjualan. (Eva,dkk,2021) Swastha (2020) menyatakan bahwa volume penjualan dapat diukur dengan dua cara, yaitu pertama, mencapai target penjualan, yang dapat diukur dengan unit produk yang terjual. Kedua, kenaikan jumlah penjualan, keuntungan yang meningkat di peroleh dari total nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu.

SUMBER DATA

Terdapat beberapa indikator dari volume penjualan menurut Swastha (2020) ialah:

- 1) Mencapai Volume Penjualan,
- 2) Mendapatkan Laba,
- 3) Menunjang Pertumbuhan Perusahaan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Metode penelitian menurut Sugiyono (2019:2) menyatakan bahwa : “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif dengan metode survey .Penelitian yang mengungkap kebenaran dalam bentuk secara kuantitatif aspek spesifik dari populasi atau meneliti fenomena yang terjadi dalam suatu populasi .Pengumpulan data dilakukan pada kelompok orang tertentu sebagai sample sehingga hasil yang didapat digeneralisasi. Penelitian survey ini digunakan untuk mengungkap dampak pandemi covid 19 terhadap volume penjualan pada UKM toko quinsha. Menurut Sialen (2018:18) mengungkapkan “penelitian kuantitatif yaitu metodologi kuantitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa angka-angka dan umunya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial”.

LOKASI TEMPAT PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Quinsha Jakarta dan melalui kuesioner yang dibuat dalam bentuk google form untuk memudahkan pengisian responden. Kami mengambil data penelitian dari tempat penelitian ini juga melakukan dengan beberapakali wawancara.

POPULASI DAN SAMPLE

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu di pandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand 2006).

Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer penelitian dapatkan dari observasi dan wawancara. Sedangkan data sekunder penelitian didapatkan dari dokumentasi berupa jurnal dan literatur terkait penjualan UKM dimasa covid-19. Selain itu juga dokumentasi berupa foto – foto kegiatan wawancara.

Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif dan Negatif

N o.	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1.	Sangat Setuju	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Ragu-ragu	3	3
4.	Tidak Setuju	2	4
5..	Sangat Tidak setuju	1	5

(Sumber Sugiono,2010:94)

$\text{Skor total} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100$

Sumber : Umi Narimawati (2010:45)

Skor aktual : Nilai yang diberikan responden
 Skor Ideal : Diasumsikan responden memberi nilai tertinggi

Hasil persentase kemudian di interpretasi skor berdasarkan tabel interval berikut ini.

Kriteria Interpretasi Skor

Presentase	Keterangan
0 % - 19,99 %	Sangat Kurang Baik
20 % - 39,99 %	Kurang Baik
40 % - 59, 99 %	Cukup
60 % - 79,99 %	Baik
80 % - 100 %	Sangat Baik

(Sumber Sugiono,2010:94)

Hasil perhitungan tersebut menjadi dasar dalam menganalisis secara mendalam serta menyimpulkan dampak Pandemi Covid-19 terhadap Volume penjualan pada UKM Toko Quinsha.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui penyebaran sejumlah daftar pertanyaan (kuesioner) yang diberikan kepada responden telah ditentukan sebanyak 30 kepada Responden Pembeli Nasi uduk ,Nasi Ulam dan Nasi kebuli Jakarta Selatan. Rumusan pertanyaan yang termuat di dalam kuesioner mengacu kepada variabel penelitian, yaitu Volume Penjualan dengan tiga Indikator. Pembahasan pertama berupa indikator 1.Mencapai volume penjualan sebesar 70% berarti masih dalam kategori baik jika melihat kriteria ukuran 60 % - 79,99 % adalah baik karena selama awal pandemic covid 19 sekitar tahun 2019-2020, penjualan memang mengalami penurunan jika pada saat dagangan beberapa UKM kurang laku dan masih diberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 3 di Jakarta masyarakat masih belum boleh keluar rumah kecuali jika ada keperluan membeli makanan bahan pokok seperti Beras, gula, minyak. Sementara itu sekitar tahun 2021-2022 pada saat ini sudah berlaku PPKM level 1 sehingga pemerintah sudah membolehkan sekolah SD ,SMP dan SMA belajar tatap muka secara off line tapi tetap dengan menjaga aturan protocol Kesehatan. Oleh karena itu, daya beli masyarakat sudah mulai tumbuh Kembali dan penjualan dari dagangan nasi uduk dan nasi ulam sudah mulai laku kembali sehingga volume penjualan dapat meningkat. Jika dilihat pada Toko Quinsha dengan berjualan nasi uduk, nasi ulam, nasi kebuli, dan dimsum hanya membutuhkan modal kecil sudah dapat berjualan Kembali. Sementara itu, beberapa UKM penjual makanan di pinggir jalan ada perbedaan penggunaan modal awal misal pada UKM makanan ayam geprek atau soto ayam, dan nasi rames ada juga es campur pada UKM ini membutuhkan modal awal untuk berjualan membutuhkan modal besar sedangkan untuk UKM yang membutuhkan modal cukup besar Ketika berjualan pada saat tidak laku dan Ketika ingin berjualan kembali merasa berat dengan modal yang sudah berkurang habis sehingga terkadang harus meminjam modal untuk berjualan lagi.

Pembahasan pada indikator ke- 2 yaitu Mendapatkan Laba setelah direkap nilai kuesioner yang diberikan rerponden mendapatkan nilai sebesar 78% berarti masih dalam kategori baik jika melihat kriteria ukuran 60 % - 79,99 % adalah baik. Terkait mendapatkan laba penjualan pada awal pandemic covid 19 seperti kita ketahui penjualan UKM memang mengalami penurunan daya beli masyarakat melemah pada masih awal diberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 3 di Jakarta masyarakat masih belum boleh keluar rumah saat itu dagangan kuliner beberapa UKM kurang laku sehingga mengalami

kerugian besar. Banyak UKM mengalami kesulitan penjualan dan terkena imbas dampak covid 19 pada usaha mereka dan masalah itu tidak terjadi pada pengusaha kecil saja melainkan juga pada pengusaha besar seperti Supermarket Hero ,Golden Truly ,Matahari Department store dan Giant. Ada beberapa usaha kecil yang masih dapat mempertahankan usaha mereka misal pada UKM makanan di pinggir jalan seperti Ayam geprek , Es campur ,Es Kelapa dan Bakso. UKM Toko Quinsha juga termasuk dapat mempertahankan usaha ditengah kondisi masa pandemic covid 19. Walaupun laba dari hasil penjualan Toko Quinsha sudah mulai menurun dikala itu masih diberlakukan PPKM level 3 sehingga orang masih belum bisa keluar rumah secara mudah tetapi strategi penjualan Toko Quinsha bisa menerapkan dengan menerima pesanan melalui telepon sehingga pemasukan laba masih ada walaupun sedikit sehingga sampai saat ini usaha masih tetap dipertahankan .

Pembahasan pada indikator ke 3 yaitu Menunjang Pertumbuhan Perusahaan setelah direkap nilai kuesioner yang diberikan responden mendapatkan nilai sebesar 76% berarti sudah termasuk dalam kategori Sangat baik jika melihat kriteria ukuran 60 % - 79,99 % adalah baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey dapat disimpulkan variable Volume Penjualan dengan dimensi mencapai volume penjualan ,mendapatkan laba dan menunjang pertumbuhan perusahaan memiliki skor rata-rata persentasi 74,6% yaitu jika dilihat dari batas kriteria ukuran 60 % - 79,99 % adalah baik, Maka hasil rata-rata dari ketiga dimensi Volume Penjualan masih dalam ukuran kategori baik atau masih termasuk baik. Hal ini membuktikan bahwa pada masa pandemic covid 19 dimana banyak Perusahaan besar mengalami kebangkrutan tetapi ada beberapa pelaku usaha UKM yang masih bertahan .Walaupun pengusaha UKM dengan berbagai kesulitan yang dihadapi misal dari segi pemasaran produk makanan dan konsumen tidak boleh makan ditempat disisi lain masih tetap menjaga protocol kesehatan .Tidak dapat dipungkiri banyak pelaku usaha UKM yang gulung tikar kekurangan kehabisan modal tidak dapat berjualan kembali tetapi dengan berbagai inovasi masih banyak pelaku usaha kecil tetap bertahan .Salah satu UKM yang dapat bertahan pada masa pandemic covid 19 yaitu Toko Quinsha dengan dagangan sederhana berjualan Nasi kebuli , Nasi uduk , Nasi ulam dan Dimsum.

Pelaku usaha UKM diharapkan tidak terpaku berjualan dengan cara tradisional melainkan dapat menjemput bola dengan cara berjualan secara online atau dengan menerima pesanan melalui telephone atau misal melalui online shopee food Untuk melakukan berjualan melalui online harus dipersiapkan infrastruktur dan kemampuan SDM dengan melihat cara berjualan dengan cara online dari Google internet dan Youtube . Agar penjualan dapat lebih optimal pembeli tidak hanya dari kalangan tetangga rumah dan sekitarnya melainkan dari tempat agak jauh masih memungkinkan membeli melalui misal online shopee food.

DAFTAR PUSTAKA

- Agil Bahtiar, Rais. 2021. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Solusinya” dalam Jurnal https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf diunduh pada tanggal 28 September 2022
- Assauri, Sofjan, 2013. Manajemen Pemasaran, Edisi 1, Jakarta: Rajawali Pers,
- Basu, Swastha, 2020. Manajemen Penjualan Edisi Ketiga. BPFE-Yogyakarta
- Buchari, Alma, 2004. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.
- Bunga Teratai. 2017. Pengaruh Modal Kerja Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursah Efek Indonesia. eJurnal Administrasi Bisnis Vol 5 No 2.
- Eva Christine Tjia¹, Arjuna Lim², Cindy Clarissa³, Grace Laura Denali⁴, Jason Leonard⁵, Joan Gabrielle⁶, Micco Driantama⁷, Nicholas Andersson⁸, Iwan H. Kahfi⁹. 2021. Pengaruh Pandemi Terhadap Penjualan UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Depok dalam Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Vol. 3. No. 1, 2021. <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/JPM/article/view/707> diunduh pada tanggal 28 September 2022
- Yuningsih, Yayah. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Jasa Pengiriman Barang pada PT Eka Sari LorenaExpress Cabang Pekanbaru Ditinjau menurut Ekonomi

- Islam dalam <https://repository.uin-suska.ac.id/6616/1/fm.pdf> diunduh pada tanggal 28 September 2022.
- Kotler, Philip and Gary Amstronng. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Machfoedz, Ircham. 2013. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta : Fitramaya.
- Muhtar, Nurul Magfhira. 2014. Analisis Strategi Harga Terhadap Volume Penjualan Busana Pria dan Wanita PadaPT. Citra Sulawesi Sejahtera Kota Makassar. Makassar.
- Pramesti, Retno Widya. 2022. “Penerapan Metode Peramalan (Forecast) Penjualan pada Dzikrayaat Business Center Ponorogo” dalam Jurnal <http://eprints.umpo.ac.id/8603/4/Bab%202.pdf> diunduh pada tanggal 28 September 2022.
- Richard L, 2010. Era Baru Manajemen, Edisi 9, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Silaen, Sofar., 2018., Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis, In Media, Bandung
- Stanton, William. 2001. Prinsip Pemasaran. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono, 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2012. Pemasaran Strategic. Yogyakarta : Andi.
- Umi Narimawati. 2010. Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi. Jakarta : Genesis.
- Worldailmi, Elanjati. 2022. Rekomendasi Inovasi Adaptasi di Tengah Pandemi Berdasarkan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Usaha Kuliner Warung Halal dalam Jurnal JATTEC, Vol 3 No 1, Januari 2022: 39-49. <https://media.neliti.com/media/publications/419914-none-0cce0425.pdf> diunduh pada tanggal 28 September 2022
- Zulganef, 2008. Metode Penelitian Sosial dan Bisnis, Yogyakarta : Graha Ilmu.