

Analisis Omzet Penjualan Era Pandemi Dan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada D'orbit Bistro, Lounge & KTV)

Ardhiyah Regita Iriani¹, M.Ridwan Tikollah², Samirah Dunakhir³

^{1,2,3}Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar
*dheardhiyah@gmail.com*¹, *m.ridwan.tikollah@unm.co.id*², *samirah.dunakhir@unm.ac.id*³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak pandemi Covid-19 terhadap omzet penjualan D'Orbit Bistro, Lounge & KTV serta strategi yang diterapkan untuk pemulihan di periode 2019-2022. Selama pandemi, terjadi penurunan drastis omzet hingga mencapai -64%, akibat pembatasan sosial dan penurunan minat pengunjung. Outlet merespons dengan strategi CHSE, diskon, dan pendekatan pelanggan. Pasca pandemi, terjadi peningkatan omzet sebesar 61%, dengan penerapan entertain, rekrutmen karyawan baru, dan promosi di media sosial. Analisis perubahan omzet ini memberikan gambaran persentase penurunan dan kenaikan dari kondisi terendah hingga pemulihan outlet selama periode penelitian. Penelitian ini memberikan wawasan tentang adaptasi dan strategi bisnis di tengah perubahan lingkungan yang signifikan.

Kata kunci : Omzet Penjualan, Pandemi Covid -19.

ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of the Covid-19 pandemic on the sales revenue of D'Orbit Bistro, Lounge & KTV and the strategies implemented for recovery during the period 2019-2022. During the pandemic, there was a drastic decrease in revenue by up to -64%, due to social restrictions and a decline in visitor interest. The outlet responded with CHSE strategies, discounts, and customer-centric approaches. Post-pandemic, there was an increase in revenue by 61%, with the implementation of entertainment, recruitment of new employees, and promotions on social media. The analysis of revenue changes provides a percentage overview of the decline and increase from the lowest point to the recovery of the outlet during the research period. This study offers insights into business adaptation and strategies amid significant environmental changes.

Keywords : Sales Turnover, Covid -19 Pandemic.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi awal tahun 2020 mempunyai pengaruh yang relevan terhadap tatanan kehidupan sosial serta menyusutnya kemampuan ekonomi di sebagian besar negara di dunia, tak terkecuali Indonesia. Berlandaskan data BPS tahun 2021, turunnya kemampuan ekonomi Indonesia ini terjadi sejak triwulan I tahun 2020, yang tercermin dari laju pertumbuhan ekonomi pada triwulan I tahun 2020 yang hanya mencapai 2.97 persen, dan kembali menyusut relevan pada triwulan II tahun 2020 yang tumbuh minus 5.32 persen. Tentunya, jika ini tidak ditangani segera maka akan membawa pengaruh besar yang akan mengancam perekonomian Indonesia (Nabilah, dkk. 2021).

Wabah Covid mengakibatkan berkurangnya jam operasional usaha, penunggakan hutang, serta kendala distribusi. Bahkan, beberapa dari pelaku usaha tidak menghasilkan omzet sama sekali selama Covid-19. Hal ini tentunya menjadi

pukulan keras bagi para pelaku usaha, karna disaat krisis mereka tidak mendapatkan pemasukan sedangkan mereka harus terus berjuang minimal untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dan keluarga. Karna itulah, sebagian pelaku usaha mengambil Langkah cepat agar tidak terlalu mengalami keterpurukan dalam sektor ekonomi. Untuk bertahan di tengah pandemi, para pelaku usaha menerapkan beberapa strategi (Burhanuddin, dkk. 2020).

D'Orbit Bistro, Lounge & KTV ialah perusahaan yang bergerak dibidang restoran dan bar yang berdiri pertama kali pada tahun 2015. D'Orbit Café & Lounge dulunya bernama D'Class yang ialah Rumah Bernyanyi Keluarga (KTV) yang berdiri pada tahun 2009 yang kemudian di Tahun 2011, salah satu outlet Excelso bergabung menjadi satu lokasi bersama dengan D'Class. Pada tahun 2015 akhir, D'Class diubah nama menjadi D'Orbit Bistro, Lounge & KTV dan Excelso berpindah lokasi di Trans Studio Makassar. D'Orbit Bistro, KTV & Lounge berlokasi di Jl AP Pettarani Kompleks Ramayana Ruko Jade no.18-20. Berikut Omzet Penjualan perusahaan tersebut.

Tabel 1 Perkembangan Omzet Penjualan D'orbit Bistro, Lounge & KTV

No	Tahun	Omzet (Rp)	Perkembangan
1	2019	4.451.298.200	-
2	2020	1.595.431.300	- 64%
3	2021	3.872.818.600	142%
4	2022	6.238.250.400	61%

Sumber: Laporan Keuangan D'Orbit Bistro, Lounge & KTV

Berlandaskan data tahun 2019, adanya peningkatan omzet hampir 100%, dan ketika memasuki 2020 ketika masuknya covid-19 ke Indonesia bulan maret 2020, omzet mengalami penurunan drastis hingga minus -64%, karna adanya kebijakan pemerintah pusat ialah PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), hingga tahun 2021 adanya sedikit kelonggaran dr pembatasan tersebut, dan omzet tersebut mengalami sedikit kenaikan hingga +142%, dan bahkan hingga tahun 2022, malah bertambah naik +61%.

Rusma Rizal, dkk. (2017) menyatakan bahwa penyebab penurunan omzet penjualan pada PT. Gaudi Dwi ialah faktor eksternal. Hal ini dibuktikan dengan metode analisa data menggunakan tabulasi dan deskriptif kualitatif dan hasil penelitian faktor yang paling mempengaruhi penyebab penurunan omzet penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras ialah faktor ektern yang terdiri beberapa indikator selera pelanggan (27,29%), barang pengganti (27,75%), persaingan (23,29%), pemasok (21,86%). Kemudian penelitian yang dilakukan Yenik Pujowati, dkk. (2022) menyatakan bahwa pandemi Covid-19 mengakibatkan lambatnya pertumbuhan ekonomi secara dratis termasuk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Nganjuk terpengaruh pada penjualan, permintaan dan pelanggan menyusut. Hal ini dibuktikan dimana 50% UMKM di Kabupaten Nganjuk mengalami penurunan daya beli oleh masyarakat.

KAJIAN TEORI

Omzet Penjualan

Chaniago (dalam Rizal dan Sukma, 2017) memberikan pendapat tentang omzet penjualan ialah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Swastha (dalam Rizal dan Sukma, 2017) memberikan pengertian omzet penjualan ialah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

Menurut KBBI omzet dapat diartikan, sedang penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba atau pendapatan. Omzet penjualan berarti jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa. Omzet penjualan ialah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu.

Pandemi Covid-19

World Health Organization (WHO) menetapkan tentang virus corona atau yang biasa disebut dengan COVID 19 yang menjadi pandemi karna virus ini telah menyebar ke berbagai negara bahkan sudah mendunia. WHO mengartikan pandemi sebagai suatu kondisi populasi pada dunia dan berpotensi menjadikan jatuh dan sakit. Pandemi sendiri ialah wabah yang berjangkit secara bersamaan dimana-mana yang menyebar luas. Pandemi COVID 19 ini juga berpengaruh dari berbagai sektor kehidupan seperti ekonomi, sosial dan juga pendidikan. Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa atau United Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) pada hari Kamis 5 maret 2020 menyatakan bahwa wabah COVID 19 ini telah berpengaruh pada dunia pendidikan (Koho, 2022).

Badan kesehatan dunia memberikan pernyataan bahwa covid19 ialah "Pandemi". Covid-19 ialah penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau SARS-CoV-2). Virus ini termasuk dalam Coronavirus yang biasanya menyerang hewan, tetapi juga bisa menyerang manusia. Coronavirus biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (Middle East Respiratory Syndrome), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). Covid-19 ialah coronavirus jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019. Karna itu, Coronavirus baru ini disebut Coronavirus disease-2019, yang biasa disingkat menjadi Covid-19. Gejala Covid-19 pada umumnya berupa demam diatas 38°C, batuk kering, dan sesak nafas, serta paling buruk yang bisa terjadi pada manusia ialah kematian (Hairunnisa, dkk. 2020).

TINJAUAN LITERATUR

Penelitian sebelumnya merupakan penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain yang ada relevansinya dengan penelitian yang akan dilaksanakan sehingga dapat dijadikan

rujukan. Adapun penelitian sebelumnya yang dijadikan rujukan atau acuan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Rusma Rizal, dkk. (2017) bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi omzet penjual PT. Gaudi Dwi Laras, baik faktor intern dan faktor ekstern. Faktor intern ini terdiri dari beberapa indikator kualitas barang, persediaan bahan baku, teknologi. Faktor ekstern yang terdiri dari beberapa indikator selera pelanggan, barang pengganti (substitusi), persaingan, dan pemasok. Responden ialah pelanggan, dengan metode analisa data menggunakan tabulasi dan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian Faktor yang paling mempengaruhi penyebab penurunan omzet penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras ialah faktor ekstern yang terdiri beberapa indikator selera pelanggan (27,29%), barang pengganti (27,75%), persaingan (23,29%), pemasok (21,86%), Jika dibandingkan dengan faktor intern dengan indikator kualitas barang (34,73%), persediaan bahan baku (52,22%), teknologi (13,05%). Berlandaskan analisa data disimpulkan secara keseluruhan faktor penyebab penurunan omzet penjualan pada PT. Gaudi Dwi ialah faktor eksternal. Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti penulis yaitu sama-sama menganalisis omzet dari suatu penjualan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti penulis yaitu pada objek UMKM.
2. Penelitian Yenik Pujowati, dkk. (2022) mengkaji tentang pengaruh pandemi covid d-19 yang mengakibatkan lambatnya pertumbuhan ekonomi secara dratis termasuk usaha mikro kecil menengah (UMKM) terpengaruh pada penjualan, permintaan dan pelanggan menyusut. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara dengan beberapa pedagang yang berjualan diwilayah Kabupaten Nganjuk seperti pedagang sembako, pedagang buah-buahan, pedagang daging, ikan, ayam, sayuran, pedagang baju, sepatu, ATK sampai pedagang asongan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap UMKM dimana lebih dari 50% UMKM mengalami penurunan omzet atau kebangkrutan. Hal ini disebabkan karna daya beli masyarakat menyusut yang mengakibatkan pasar sepi pembeli, serta minimnya aktivitas masyarakat yang dilakukan diluar rumah karna memilih untuk berdiam diri di rumah. Oleh karna itu, UMKM juga harus bisa menyesuaikan dengan pola yang ada saat ini seperti melakukan pemasaran secara online atau digital maupun melakukan inovasi produk sesuai permintaan pasar karna dimasa pandemi saat ini orang-orang banyak beraktivitas secara online, mulai dari kerja, belanja, hingga pembelajaran daring dari rumah. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini ialah sama-sama menganalisis omzet di masa pandemi. Adapun perbedaannya terletak pada penelitian sebelumnya hanya membahas kondisi di masa pandemi.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas jenis data dan sumber data. Jenis data yang digunakan kualitatif yaitu data yang berbentuk narasi yang tidak bisa diukur secara numerik. Adapun data kualitatif yang digunakan adalah informasi omzet penjualan yang digunakan oleh perusahaan.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yang bersumber langsung yang dikumpulkan secara khusus atau wawancara. Sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari D'Orbit Bistro, Lounge & KTV berupa pemasukan omzet perusahaan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah :

1. Mengumpulkan data data yang dibutuhkan berupa laporan dan bukti pendukung lainnya.
2. Melakukan wawancara dengan *Outlet Manager* dan *Finance Perusahaan*.
3. Mencatat unsur unsur pokok terkait *omzet* selama dan setelah pandemi covid.19.
4. Mengolah hasil wawancara dan data administrasi yang diperoleh berlandaskan analisis data yang digunakan.
5. Menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Omzet penjualan pada sebagian besar lounge selama era pandemi COVID-19 mengalami penurunan yang signifikan, akibat dari pembatasan sosial dan penutupan sementara tempat-tempat hiburan. Hal ini mencerminkan dampak yang serius dari pandemi terhadap industri hiburan, dengan outlet harus berjuang untuk bertahan dan mengurangi biaya operasional mereka sebagai respons terhadap penurunan pendapatan yang terjadi. D'Orbit Bistro, Lounge & KTV sendiri melakukan beberapa strategi penjualan pada masa pandemi demi melangsungkan eksistensi agar tetap bertahan. Di antaranya ialah, menerapkan protokol CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability*) di Outlet, memberikan *discount food & beverage, no minimal consume weekdays & weekend* serta melakukan pendekatan *Costumer Centric* pada *loyal customer (Orbiters)* di D'Orbit Bistro, Lounge & KTV

Pada era pasca pandemi COVID-19, terjadi perbaikan bertahap dalam omset penjualan bar-bar yang awalnya mengalami penurunan pendapatan. Dengan berlakunya pelanggaran pembatasan sosial dan kembalinya minat masyarakat dalam hiburan luar ruangan, beberapa bar berhasil pulih secara perlahan. Namun, tantangan tetap ada, dengan banyak bar harus menyesuaikan model bisnis mereka untuk memenuhi regulasi baru dan ekspektasi konsumen yang berubah. D'Orbit Bistro, Lounge & KTV melakukan upaya-upaya agar bisa mengembalikan omset penjualan yang tadinya menurun akibat pandemi dengan cara, memberi fasilitas *Entertain* berupa *Live Music & DJ*, mengadakan *recruitment* karyawan baru, penambahan jam operasional, melakukan promosi/branding di sosial media, penambahan jumlah kapasitas pengunjung di *Outlet* dan penerapan *minimal consume*.

Penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilaporkan oleh Yenik Pujowati dan rekan-rekan pada tahun 2022, yang membahas dampak pandemi Covid-19 terhadap

pendapatan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di Kabupaten Nganjuk. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 memberikan dampak signifikan terhadap UMKM, dengan lebih dari 50% UMKM mengalami penurunan omzet atau bahkan kebangkrutan.

Penurunan omzet dan kebangkrutan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk penurunan daya beli masyarakat yang mengakibatkan sepi pembeli dan minimnya aktivitas masyarakat di luar rumah. Masyarakat lebih memilih untuk berdiam diri di rumah sebagai respons terhadap situasi pandemi, yang mengakibatkan penurunan aktivitas di sektor ritel dan layanan.

Dalam menghadapi kondisi ini, UMKM di Kabupaten Nganjuk perlu beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan pola perilaku konsumen yang berubah. Salah satu strategi yang diusulkan adalah melibatkan diri dalam pemasaran online atau digital. Dengan meningkatnya preferensi untuk beraktivitas online selama pandemi, UMKM dapat memanfaatkan platform online untuk memasarkan produk mereka, mencapai lebih banyak pelanggan potensial, dan memperluas jangkauan bisnis mereka.

Selain itu, inovasi produk juga menjadi kunci penting dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Dalam kondisi pandemi, kebutuhan dan preferensi konsumen dapat berubah secara signifikan. Oleh karena itu, UMKM perlu berinovasi dalam produk dan layanan mereka agar tetap relevan dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan di tengah perubahan ini. Pentingnya adaptasi dan inovasi dalam menjalankan bisnis UMKM di masa pandemi menjadi suatu keharusan. UMKM yang dapat menghadirkan nilai tambah, baik melalui pemasaran online maupun inovasi produk, memiliki peluang yang lebih baik untuk bertahan dan tumbuh di tengah ketidakpastian ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Analisis Omzet Penjualan Era Pandemi & Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada D'Orbit Bistro, Lounge & KTV) , maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan analisis omzet penjualan era pandemi covid-19 dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai masalah dan kendala yang dihadapi oleh Outlet selama pandemi, diantaranya ialah, penutupan outlet sementara, pengurangan karyawan, pembatasan kapasitas pengunjung, jam operasional dikurangi serta dihapuskannya *entertain* di outlet yang mengakibatkan omzet penjualan menurun drastis.
2. Berdasarkan analisis omzet penjualan pasca pandemi covid-19, outlet mencoba beradaptasi dan melakukan berbagai upaya untuk memulihkan pendapatan atau omzet penjualan. Namun, proses pemulihan tersebut tidak serta merta membuahkan hasil saat outlet dibuka kembali, melainkan membutuhkan waktu hingga akhirnya penjualan omzet mengalami peningkatan.
3. Strategi di era pandemi covid-19 ini utamanya menyangkut tujuan untuk menstabilkan pendapatan atau omzet penjualan dengan menyesuaikan keadaan dan segala peraturan pemerintah di masa pandemi, yakni Menerapkan Protokol CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability*) di Outlet, Memberikan Disc

Food & Beverage, *no minimal consume weekdays & weekend* dan melakukan pendekatan *customer centric* pada *loyal customer* dan hal ini berhasil dilakukan oleh outlet guna mempertahankan eksistensi outlet.

4. D'Orbit Bistro, Lounge & KTV mampu mengatasi dampak negatif pandemi COVID-19 dan mengalami pertumbuhan positif pada tahun-tahun berikutnya melalui strategi adaptasi, inovasi, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Penerapan strategi pemasaran yang efektif dan keterlibatan konsumen melalui media sosial telah menjadi pilar dalam pemulihan dan pertumbuhan bisnis setelah masa-masa sulit akibat pandemi.

SARAN

1. Bagi Perusahaan

D'Orbit Bistro, Lounge & KTV harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya yang dinilai sudah baik dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya dan berusaha untuk memperbaiki bentuk pelayanannya yang dinilai masih kurang. Hal tersebut dapat terus memuaskan konsumen. Serta diharapkan dapat menampung segala keluhan dari konsumen mengenai kualitas pelayanannya untuk menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dan melakukan berbagai *improvement* baik dari segi produk, pelayanan maupun promosi karena persaingan di bidang restoran ini semakin meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk mampu menambah objek penelitian agar kiranya dapat dijadikan bahan perbandingan selain yang diteliti dalam penelitian ini. Selain itu Peneliti Selanjutnya dapat memperhatikan sebagai berikut:

1. Analisis Lebih Mendalam tentang Strategi Pemasaran
Melakukan analisis lebih mendalam terkait efektivitas strategi pemasaran, khususnya pada penggunaan media sosial dan promosi di platform seperti Instagram. Mengeksplorasi bagaimana interaksi pelanggan di media sosial memengaruhi keputusan pembelian mereka.
2. Studi Kepuasan Pelanggan
Menyelidiki tingkat kepuasan pelanggan setelah implementasi strategi dan perubahan pada tahun-tahun berikutnya. Memahami dampak pengembalian kegiatan *entertain*, seperti *live music* dan *DJ*, terhadap pengalaman pelanggan.
3. Analisis Perbandingan Dengan Industri Serupa
Membandingkan kinerja dan strategi D'Orbit Bistro, Lounge & KTV dengan bisnis sejenis di industri hiburan dan layanan makanan. Menilai tren industri secara lebih luas dan melihat bagaimana perubahan kebijakan atau tren konsumen memengaruhi bisnis sejenis.

Daftar Pustaka

Akbar, Husaini Usman, Purnomo Setiadi. (2009). *Metodologi Riset Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2571 – 2578 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i3.488

- Amran, Y.S Chaniago, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Bandung : Pustaka Setia, 2002.
- Burhanuddin, A. I., Massi, M. N., Thahir, H., Razak, A., & Surungan, T. (Eds.). (2020). *Merajut Asa Di Tengah Pandemi Covid-19 (Pandangan Akademisi UNHAS)*. Deepublish.
- Hairunisa, N., & Amalia, H. (2020). *Penyakit virus corona baru 2019 (COVID-19)*. *Jurnal Biomedika Dan Kesehatan*, 3(2), 90-100.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.
- Koho, I. R. (2022). *Fenomena Mudik Ditengah Pandemi Covid-19*. Sigi Ip, 1(1), 1-8.
- Manutur, R. A., Mangindaan, J. V., & Mukuan, D. D. (2021). *Pengaruh Pandemi Covid-19 bagi Usaha Rumah Makan Selera Laut*. *Productivity*, 2(4), 304-308.
- Miskan, M., & Holifah, N. (2021). *Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penanganan Pandemi Virus Corona (COVID-19) di Kota Surabaya*. *Governance, JKMP (Governance, Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik)*, 11(1), 11-20.
- Mustopa, I. (2022). *Pemenuhan Hak Atas Kesehatan Terhadap Penanganan Covid- 19 Di Kota Bandung Dalam Perspektif Hukum Kesehatan* (Doctoral Dissertation, Fakultas Hukum Universitas Pasundan).
- Nabilah, S., Nursan, M., & Suparyana, P. K. (2021). *Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM* (Studi Kasus UMKM ZEA FOOD di Kota Mataram). *Jurnal Inovasi Riset*, 1(12), 2655-2660.
- Rizal, R., Hidayat, R., & Handika, I. (2017). Analisis bauran pemasaran terhadap omzet penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang. *Adminika*, 3(2), 78-94.
- Rizal, Rusma, dkk. 2017. Analisis Bauran Pemasaran terhadap Omzet Penjualanpada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang. *Jurnal Adminika*, 3(2), 81.
- Rohani, S. (2018). *Analisis Potensi UMKM Tahu Dan Tempe Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Studi pada UMKM Bapak Marzuki di Desa Pekalongan) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Sugiyono. (2014). *Metode Riset Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Riset Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu, 2016, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Swastha, Basu dan Irawan, 2017, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Taan, Hapsawati. & Radji, Djoko Lesmana. (2019). How Does The Relationship Between Lifestyle With Consumer Decisions In Buying Motorbikes? *Jambura Science of Management*, 1(2), 38–47. <https://doi.org/10.37479/jsm.v1i2.2495>
- Tandjung, Jenu W. dan Teguh Prayoga. 2014. 31 Hari Sukses Meningkatkan Omzet Penjualan. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Yenik Pujowati, dkk. (2022). Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro, Kecil Menengah) Di Kabupaten Nganjuk.