

ANALISIS MANAJEMEN BISNIS SYARIAH STRATEGI PENJUALAN JASA PERCETAKAN DI KOTA BOGOR DI MASA PANDEMI COVID-19

Rully Trihantana¹, Ria Kusumaningrum², Ai Nurjanah³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor,

¹rully.trihantana@febi-inais.ac.id, ²ria.kusumaningrum@febi-inais.ac.id,

³anja2ainurjanah@gmail.com.

ABSTRACT

The printing business is one that feels a dilemma because of the Large-Scale Social Restrictions (PSBB) to reduce the spread of the Corona Virus during a pandemic. If usually the printing shop was filled with visitors, now it looked deserted and only a few customers and employees were on guard. In some areas, a number of small printing shops have started to close and not serve customers. However, some are still open, but only serve online order pickup and delivery. During this pandemic, of course, many people choose to reduce activities outside the home and limit interactions with other people or what is known as social distancing. This method is believed to prevent the spread of the Corona Virus. However, on the other hand, the printing business is trying hard to maintain the continuity of their business in the midst of the epidemic. One of the efforts to maintain a printing business or printing service that has been sluggish and avoid the threat of bankruptcy includes making business pivots and making promotions.

Keywords: Large Scale Social Restrictions, Printing, Business Pivot, Promotion.,

ABSTRAK

Bisnis Percetakan adalah salah satu yang merasakan dilema karena Pembatasan sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mengurangi penyebaran Virus Corona di masa pandemi. Jika biasanya toko percetakan dipenuhi pengunjung, sekarang terlihat sepi dan hanya beberapa pelanggan dan karyawan yang berjaga-jaga. Di beberapa daerah, sejumlah toko percetakan kecil mulai tutup dan tidak melayani pembeli. Namun, beberapa masih terbuka, tetapi hanya melayani pengambilan dan pengiriman pesanan *online*. Di masa pandemi ini tentunya banyak orang yang memilih untuk mengurangi kegiatan di luar rumah serta membatasi interaksi dengan orang lain atau disebut dengan istilah *social distancing*. Cara ini dipercaya dapat mencegah penyebaran Virus Corona. Namun, di sisi lain, bisnis percetakan berusaha keras untuk mempertahankan kelangsungan bisnis mereka di tengah wabah yang melanda. Salah satu upaya untuk mempertahankan usaha printing atau jasa percetakan yang telah lesu dan menghindarkan diri dari ancaman dari kebangkrutan diantaranya membuat pivot bisnis, dan membuat promosi.

Kata-kata kunci: Pembatasan Sosial Berskala Besar, Percetakan, Pivot Bisnis, Promosi.

I. PENDAHULUAN.

Akhir-akhir ini, dunia dihebohkan dengan kehadiran sebuah virus yang sangat berbahaya, yakni virus corona atau biasa kita kenal dengan istilah COVID-19 (Coronavirus Disease 2019). Virus ini pertama kali ditemukan di China pada tahun 2019, tepatnya di kota Wuhan. Virus ini dapat menyebabkan penyakit pernapasan (seperti flu) dengan gejala batuk, demam, dan pada kasus yang lebih parah, dapat menyebabkan pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, dan bahkan kematian.

Dilansir dari data Goldman Sachs bahwa sebanyak 96 persen pemilik UMKM di Amerika Serikat (AS) menyatakan bahwa mereka telah merasakan dampak dari pandemi COVID-19 dan 75 persen dari usaha mereka mengalami penurunan penjualan. Sementara dilansir dari media daring, Ketua Umum HIPMI JAYA, Afifuddin Suhaeli Kalla mengatakan bahwa omzet UKM Indonesia telah berkurang hingga 70 persen dalam sepekan terakhir. Presiden Jokowi telah menghimbau kepada seluruh elemen pemerintah untuk memangkas rencana belanja yang bukan prioritas di APBN dan APBD untuk direlokasi ke tiga prioritas pemerintah saat ini yakni kesehatan masyarakat, bantuan sosial, dan insentif ekonomi bagi pelaku usaha dan UKM agar bisa tetap berproduksi dan terhindar dari PHK.

Standie Nagadi, VP Marketing Mekari, menyatakan "Di masa sekarang ini penggunaan teknologi akan menjadi solusi terbaik untuk membantu roda perekonomian UKM tetap berjalan. Selain bantuan modal, pemasaran melalui media sosial dan automasi pembukuan akan memudahkan UKM untuk menyusun strategi yang sekiranya tepat guna kelangsungan usaha saat ini dan kedepannya. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) justru menjadi sektor paling rentan kena hantaman pandemi virus corona.

Sektor ini disebut ekonom tak bisa lagi menjadi penyangga perekonomian

seperti saat krisis ekonomi dan keuangan 1998 dan 2008. Agar UMKM tetap bisa berproduksi dan terhindar dari PHK, Presiden Joko Widodo meminta realokasi APBN dan APBD ke tiga bidang, salah satunya UMKM.

Berkembangnya UMKM di Indonesia tidak lepas dari faktor yang mendorong majunya pertumbuhan UMKM di Indonesia diantaranya, pemanfaatan sarana teknologi, informasi dan komunikasi, kemudahan peminjaman modal usaha, menurunkan tarif PPH final.

Meskipun begitu, pertumbuhan tersebut dinilai masih lambat karena beberapa faktor tersebut dinilai belum terlalu efektif, salah satunya dibagian perpajakan usaha. Ditengah perkembangan UMKM yang belum terlalu baik di awal tahun 2020, UMKM di Indonesia kembali diuji dengan munculnya wabah Covid-19 ditengah masyarakat Indonesia.

Bisnis Percetakan adalah salah satu yang merasakan dilema karena daya tarik PSBB untuk mengurangi penyebaran Virus Corona. Jika biasanya toko percetakan dipenuhi pengunjung, sekarang terlihat sepi dan hanya beberapa pelanggan dan karyawan yang berjaga-jaga. Di beberapa daerah, sejumlah toko percetakan kecil mulai tutup dan tidak melayani pembeli. Namun, beberapa masih terbuka, tetapi hanya melayani pengambilan dan pengiriman pesanan online

Di masa pandemi ini tentunya banyak orang yang memilih untuk mengurangi kegiatan di luar rumah serta membatasi interaksi dengan orang lain atau disebut dengan istilah social distancing. Cara ini dipercaya dapat mencegah penyebaran Virus Corona. Namun, di sisi lain, bisnis percetakan berusaha keras untuk mempertahankan kelangsungan bisnis mereka di tengah wabah yang melanda.

II. METODE PENELITIAN.

Pendekatan Penelitian.

Penelitian menggunakan metode studi kasus eksplorasi dan pendekatan penelitiannya menggunakan metode studi kasus kualitatif yang digunakan untuk mendapatkan informasi strategi apa saja yang dilakukan oleh toko percetakan Oke Print, Printop, Royal Print dan SAE Print ditengah pandemic COVID-19 di Bogor. Ukuran sampel didasarkan pada pencapaian kedalaman dan kekayaan deskripsi, bukan ukuran sampel. Menurut Guetterman (2015), ukuran sampel bukan masalah opini representatif dan pandangan, tetapi lebih merupakan masalah kekayaan informasi.

Populasi dan Sampel Penelitian.

Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti. Dan dalam penelitian, populasi ini dibedakan antara populasi secara umum dengan populasi target atau "target population". Populasi target adalah populasi yang menjadi sasaran keberlakuan kesimpulan penelitian. Populasi Responden Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Obyek penelitian yang dijadikan sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data disebut populasi. Namun dalam kegiatan penelitian untuk menjangkau dari keseluruhan dari obyek tersebut tidak dilakukan. Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi yang akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya. Ukuran sampel didasarkan pada pencapaian kedalaman dan kekayaan deskripsi, bukan ukuran sampel.

Menurut Guetterman (2015), ukuran sampel bukan masalah opini representatif dan pandangan, tetapi lebih merupakan masalah kekayaan informasi. Dalam penelitian ini, responden sebanyak 5 orang pemilik usaha.

Sumber Data.

Sumber Data adalah asal atau dari mana data tersebut diperoleh, dan sumber data merupakan bagian yang sangat berpengaruh terhadap hasil dari penelitian yang akan diperoleh. Ketepatan dalam mengambil sumber data akan menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan tujuan penelitian, sebaliknya jika terjadi kesalahan dalam menggunakan dan memahami serta memilih sumber data, maka data yang dihasilkan dipastikan tidak sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Sehingga dalam melakukan penelitian, peneliti harus benar-benar memahami sumber data mana yang harus dipakai. Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder:

Sumber Data Primer.

Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian menggunakan alat pengukur atau pengukuran data langsung pada obyek sebagai informasi yang akan dicari. Untuk memperoleh data ini peneliti menggunakan Wawancara semi-terstruktur dilakukan dan daftar pertanyaan Disusun untuk wawancara dikembangkan berdasarkan literatur terkait. Responden untuk penelitian ini adalah Store Manager yang ada di Oke Print, Printop, Royal Print dan SAE Print Bogor. Metode pengumpulan dengan primer dengan wawancara semi-terstruktur.

Sumber Data Sekunder.

Data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subyek penelitian. Sumber data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sumber data yang bukan berasal dari wawancara sedangkan data sekunder

dikumpulkan dari data yang dipublikasikan seperti artikel jurnal-jurnal dan buku. Penelitian ini terbatas pada ukuran sampel 5 responden yang ada di toko Oke Print, Printop, Royal Print dan SAE Print Bogor.

Teknik Pengumpulan Data.

Penelitian ini adalah studi kasus eksplorasi dan sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling. Dalam penelitian kualitatif, teknik purposive sampling adalah metode yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian tertentu. Tidak ada batasan jumlah responden untuk membuat sampel purposive, asalkan informasi yang diinginkan dapat diperoleh dan dihasilkan (Bernard, 2002). Untuk melakukan penelitian studi kasus, Creswell (2013) memberikan pengamatan dan beberapa rekomendasi ukuran sampel, yang berkisar tidak lebih dari empat hingga lima kasus. Dalam studi kasus para responden diwawancarai hingga saturasi data tercapai dan tidak ada lagi informasi baru dapat diperoleh (Guest et al., 2006; Krysik dan Finn, 2010).

Responden menyediakan lembar informasi sebelum wawancara. Untuk tempat wawancara dilakukan di lokasi yang nyaman bagi responden. Semua wawancara, dengan izin dan persetujuan yang ditandatangani, direkam secara audio dan kemudian ditranskrip secara verbal. Analisis dan interpretasi data adalah bagian paling kritis dari penelitian kualitatif.

Pedoman analisis data tematik (Creswell, 2009) digunakan. Ini dianggap yang paling tepat untuk setiap penelitian yang berupaya mengeksplorasi beberapa interpretasi (Alhojailan, 2012). Dalam analisis tematik "semua kemungkinan interpretasi adalah mungkin" (Alhojailan, 2012, hal. 10). Alasan untuk memilih analisis tematik adalah bahwa "pendekatan tematik yang ketat dapat menghasilkan analisis mendalam yang menjawab

pertanyaan penelitian tertentu" (Braun dan Clarke, 2006, hal. 97) .

Setelah analisis yang ketat, peneliti menggambarkan temuan, sesuai dengan empat tema utama. Untuk menggali dan mendapatkan informasi bagaimana strategi penjualan yang dilakukan kedai kopi kenangan ditengah pandemic virus covid-19 ini, dibuat beberapa pertanyaan penelitian, diajukan pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apa saja kendala yang dihadapi ditengah pandemic virus corona ini?
2. Strategi apa saja yang dilakukan jasa percetakan agar penjualan tetap berjalan?
3. Apakah strategi penjualan secara online dapat menekan omzet?
4. Apakah dibutuhkan diskon untuk dapat menarik pangsa pasar?

III. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi mengenai Strategi penjualan jasa percetakan di tengah pandemic covid-19. Saya melakukan wawancara dengan Manager toko percetakan Oke Print, Printop, Royal Print dan SAE Print Bogor.

No	Nama	Keterangan
1	Dewi Gumilang	Store Manager Oke Print Air Mancur
2	Berty Listiana	Store Manager Royal Print
3	Rahmat	Store Manager Printop
4	Eka Saepudin	Store Manager

		SAE Print
--	--	-----------

. Sumber : Diolah oleh Penulis 2020.

Semua tanggapan adalah kutipan asli, dan mereka telah dikutip sebagaimana dinyatakan oleh para responden. Seorang responden (R1) menyatakan pernyataan “Usaha yang dijalankan Alhamdulillah masih berjalan walaupun omzet berkurang hampir 50%”(R1/Manager toko percetakan Oke Print). Responden lain memberi pernyataan (R2) “Kendala yang dihadapi saat masa pandemi ini omzet penjualan jasa percetakan menurun hingga 60% namun penjualan tetap berjalan dengan semestinya” (R2/Manager Royal Print).

Tanggapan dari Manager Printop (R3) mengungkapkan pernyataan “Dimasa pandemic ini penjualan jasa percetakan Printop Jiwa menurun hingga 40% karna hanya memakai system online menggunakan whatsapp,Email dan Take-Away”. Dan responden dari Manager SAE Print (R4) juga memberi tanggapan “Biasanya kita mempunyai banyak pelanggan yang menggunakan jasa kami ratusan orang/hari sampai kami membagi dua shift tetapi dimasa pandemic ini jauh sekali dari biasanya dengan adanya pandemic ini, yang membutuhkan jasa kami menurun hingga 50% tetapi kita mencoba memberikan penawaran menarik agar penjualan jasa percetakan ditoko kami masih berjalan”.

PEMBAHASAN

Sejak awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan adanya wabah virus corona yang berasal dari China. Virus corona menyebabkan kepanikan di China dan menimbulkan korban jiwa sampai ribuan orang penduduk China. Akibat lainnya, banyak perusahaan kecil, menengah maupun besar yang akhirnya terpaksa menutup usahanya untuk sementara.

Penyebaran covid-19 yang cepat memang merubah interaksi antara bisnis dan pelanggan. Banyak bisnis mulai merasa

penurunan penjualan jasa percetakan yang drastis atau bahkan tidak memiliki pelanggan sama sekali karena pelanggan sudah mulai beraktivitas di rumah mereka masing-masing. Tetapi, keberlanjutan bisnis harus tetap dilakukan agar bisnis dapat dipertahankan. Mempertahankan bisnis yang berarti juga memperjuangkan penjualan selama wabah Virus Corona memang tidak mudah. Banyak yang bertanya-tanya bagaimana bisnis menjual produk jasa percetakan di minggu atau bulan mendatang.

Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) akibat pandemi Covid-19 ikut memengaruhi sejumlah lini usaha, khususnya bisnis percetakan yang biasanya sering dijadikan sebagai jasa percetakan untuk membantu sarana pekerjaan yang melibatkan jasa percetakan itu sendiri, tak terkecuali Oke Print Air Mancur . Dewi Gumilang, salah satu Manager Oke Print menuturkan pada bulan Ramadan biasanya omzet yang menggunakan jasa kami meningkat dengan banyak yang membuat spanduk ucapan selamat menunaikan ibadah puasa atau untuk memberikan selamat hari raya idul fitri, jadwal buka puasa atau imsak dan yang lainnya meningkat 20 persen dibandingkan dengan bulan-bulan pada umumnya.

“Tapi tahun ini karena ada pandemi Covid-19, omzet justru menurun tapi kami tidak bisa menyebutkan persentase penurunannya,” ujar Dewi Gumilang, ketika dihubungi Bisnis, Rabu (30/5/2020). Dewi Gumilang mengatakan, untuk bisa tetap bertahan di tengah pandemi ini, ada beberapa strategi yang dijalankan. Di tengah pandemic Covid-19 yang belum bisa diprediks kpan berakhirnya ,pengusaha printing atau jasa percetakan mengalami tekanan yang luar biasa dalam upaya mempertahankan eksistansi bisnisnya. Diam saja menunggu grafik pandemic melandai rasanyaseperti membuang waktu sia-sia,apalagi pandemic korona di Indonesia dalam beberapa bulan akan meningkat. Tetapi bila ingin segera bergerak memutar roda usah,saat ini minim job karena sector

riil yang selama ini jadi andalan pegerakan usaha percetakan juga tengah mengalami kelesusan bahkan beberapa sector diantaranya mengalami dampak yang sangat parah seperti sector property, tranportsai, perhotelan, travel, event organizer dan yang lainnya.

Salah satu upaya untuk mempertahankan usaha printing atau jasa percetakan yang telah lesu dan menghindarkan diri dari ancaman dari kebangkrutan diantaranya :

1. Membuat Pivot Bisnis .

Pivot Bisnis adalah sebuah aktivitas pengembangan bisnis dengan mengubah model bisnis itu sendiri, namu tetap berpijak pada visi bisnis yang dimiliki. Pivot bisnis biasanya terjadi pada saat perusahaan membuat perubahan mendasar pada bisnis mereka salah melalui riset pasar bahwa pekerjaan yang sedang ditekuninya sedang tidak memenuhi kebutuhan psar yang diinginkan, pivot pun menjadi salah satu strategi yang dilakukan pengusaha saat mengalami ‘buntu’ seperti pandemic covid-19 saat ini.

Khususnya ketika produk yang yang dijalankan tidak dapat dilakukan .percetakan dan banner merupakan bagian dari produksi yang ssat ini mengalami kebuntuan. Penerbit buku menyatakan bahwa omzet mereka terjun bebas, tersisa 20-30%. Bahkan ada supplier kertas untuk percetakan, omsetnya tersisa 10%, apalagi ssebagian kertas jugamerupakan produk impor yang saat ini banyak tertahan di peoses pengiriman dari Negara importer.

2. Buat Promosi

Ini adalah waktu yang tepat untuk memperkuat nilai dari produk printing yang Anda jual. Jika Anda dapat mengembangkan promosi printing atau percetakan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan di tengah krisis Virus Corona ini, dengan sendirinya, pelanggan akan datang sendiri kepada bisnis Anda. Sebaiknya, gunakan media digital saat melakukan promosi karena pelanggan lebih banyak menghabiskan waktu dan beraktivitas di

rumah. Waktu untuk melihat smartphone atau melihat TV akan lebih banyak dihabiskan dibanding hari-hari biasanya.

Misalnya, Anda dapat membuat “buy-now” promotion, atau push notification di smartphone pelanggan dengan tulisan “sending a great promotion to you.” atau Anda juga dapat mengirim penawaran menarik ke email mereka. Toko percetakan Oke Print menyediakan paket promosi diantaranya:

1. Kalender/poster A3+(500-3.000 lbr) bahan Art Paper 150gr ,Ukuran A3 Cetak 1 sisi
2. Flyer A5(2-20 Rim) bahan Art Paper 150gr , Ukuran A5,cetak 2 sisi
3. Kartu Nama(30-50 Box) bahan AC 260gr,2 sisi
4. Sticker A5(750-5.000 lbr) bahan sticker Chromo, ukuran A5(15 x 21cm) cetak 1 sisi
5. X-Banner(5-10 pcs) bahan Flexy China, ukuran 160x60cm
6. Spanduk (20 lbr) bahan Flexy China, ukuran 4x1m, mata ayam (lubang) 4 pcs

Note : Berlaku hanya untuk paket 10 jt-20 jt pada dunia usaha printing atau percetakan , salah satunya toko Percetakan Oke Print Air Mancur. Sejak awal berdiri, Oke Pint mengalami perkembangan yang sangat pesat hingga berharap ke depannya, Oke Pint dapat lebih melayani para customer, melakukan marketing campaign dan melakukan inovasi-inovasi sesuai apa yang diinginkan customer.

Saat ini terjadi penurunan sekitar 40 persen untuk produk minuman dan makanan. Tidak dapat dipungkiri, mal-mal tutup semua. Orang juga mungkin merasa lebih nyaman untuk membuat makanan dan minuman di rumah pilihan orang yang bagus saat masa pandemi ini. Selain tak memikirkan target, saat ini bagaimana karyawannya dapat mengoperasikan usahanya, apakah masih bisa menutupi biaya operasionalnya atau

tidak. Pandemi corona covid-19 saat ini merupakan masa-masa yang sulit untuk usahanya. Namun kesulitan itu tidak membuat menyerah, namun menjadikan semakin kuat untuk tetap dapat bertahan dan mengakomodir kebutuhan pelanggan.

IV. SIMPULAN.

Pandemi COVID -19 adalah krisis kesehatan yang memberikan dampak yang sangat besar bagi seluruh kegiatan tatanan kehidupan di dunia mulai dari kegiatan ekonomi, teknologi, sosial dan banyak lagi . seperti saat ini banyak bahwa pada kegiatan ekonomi seperti kegiatan jual beli di sektor riil dengan berbagai hambatan para pelaku ekonomi yang menggeluti bidang Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM terkena dampak Wabah Covid-19 bermula muncul di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada bulan Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh organisasi kesehatan dunia WHO. Lebih dari 620.000 kasus Covid-19 telah dilaporkan di lebih dari 190 negara, mengakibatkan lebih dari 28.800 kematian dan 137.000 diantaranya sembuh.

Penyebaran covid-19 yang cepat memang merubah interaksi antara bisnis dan pelanggan. Banyak bisnis mulai merasa penurunan yang drastis atau bahkan tidak memiliki pelanggan sama sekali karena pelanggan sudah mulai beraktivitas di rumah mereka masing-masing. Tetapi, keberlanjutan bisnis harus tetap dilakukan agar bisnis dapat dipertahankan. Mempertahankan bisnis yang berarti juga memperjuangkan penjualan selama wabah Virus Corona memang tidak mudah.

Bisnis percetakan adalah salah satu yang merasakan dilema karena adanya imbauan PSBB guna menekan angka penyebaran Virus Corona. Jika biasanya ratusan orang mengantri untuk membeli jasa printing atau jasa percetakan , kini tampak sepi dan hanya terlihat beberapa pegawai serta barista saja yang berjaga. Di beberapa wilayah, sejumlah toko printing atau percetakan pun mulai tutup dan tidak

melayani. Namun, ada juga yang masih tetap buka, tapi hanya melayani pemesanan take-Away dan *online delivery* saja.

Mempertahankan bisnis yang berarti juga memperjuangkan penjualan selama wabah Virus Corona memang tidak mudah. Banyak yang bertanya-tanya bagaimana bisnis printing atau percetakan di minggu atau bulan mendatang. Promosi yang Anda gunakan tepat, cara dan strategi penjualan yang kreatif, jangan panik dan jangan berhenti berkreasi. Dan membuat pivot yang harus di siapkan sampai akhirnya produk alternatif *benar-benar* siap untuk di pasarkan setiap pembisnis pasti memahami bahwa untuk menuju hasil karya masterpiece memerlukan perjalanan panjang. banyak pengusaha printing yang selama ini terburu-buru ingin mampak besar dengan pengadaan mesin secara berlebihan dengan cara *leasing*. Ini tentunya menjadi beban yang tak terkira saat pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Fajar, D. (2016). *UMKM Di Indonesia*. Jakarta: PUSTAKA PELAJAR.
Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. London: Gramedia.
Salistia, F. (2018). *Marketing*. Jakarta: Selemba empat.

Sumber Jurnal :

- Ridwan. (2017). strategi penjualan pada masa pandemi covid-19. *kunawula*, 12-14.
Rizky. (2015). *Strategi Marketing* . 32.

Sumber Internet:

- <https://www.dream.co.id/dinar/8-pekerjaan-yang-terdampak-virus-corona-covid-19-2003267.html> (diakses pada tanggal 15 juni 2020)
<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-penjualan-yang-efektif-saat-pandemi-covid-19/> (diakses pada tanggal 16 juni 2020)

- <https://ilovelife.co.id/blog/cerita-pemilik-kopi-kenangan-edward-tirtanata-melawan-dominasi-kopi-internasional/> (diakses pada tanggal 16 juni 2020)
- <https://ilovelife.co.id/blog/cerita-pemilik-kopi-kenangan-edward-tirtanata-melawan-dominasi-kopi-internasional/> (diakses pada tanggal 15 juni 2020)
- https://whello-id.cdn.ampproject.org/v/s/whello.id/tips-digital-marketing/strategi-agar-bisnis-tetap-survive-di-tengah-kasus-covid19/amp/?amp_js_v=a2&_gsa=1&usqp=mq331AQFKAGwASA%3D#aoh=15926153726163&_ct=1592615447484&csi=1&referrer=https%3A%2F%2Fwww (diakses pada tanggal 20 juni 2020)
- <https://maucash.id/dampak-covid19-terhadap-bisnis-usaha-kecil-menengah-ukm-di-indonesia-2> (diakses pada tanggal 20 juni 2020)
- <https://m.liputan6.com/lifestyle/read/4237024/cerita-perjuangan-janji-jiwa-bertahan-selama-pandemi-corona-covid-19> (diakses pada tanggal 22 juni 2020)