

Strategi Mempertahankan Usaha Bandeng Presto Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kelurahan Tambakrejo Semarang

Ziyan Muflikhatin

email: ziyanmuflikhatin@gmail.com

Universitas PGRI Semarang

Abstract

The purpose of this study was to describe product innovation, online marketing, improving the quality of customer service, improving the quality of human resources in maintaining the presto milkfish business during the Covid-19 pandemic in Tambakrejo Village, Semarang. The discussion of the results of the study was carried out with guidelines on strategic theory in maintaining business during the pandemic. The research method used is a descriptive qualitative approach. Test the validity of the data using triangulation of data sources. Data analysis was carried out by collecting data, condensing data, presenting data and drawing conclusions. The research object consisted of 2 presto milkfish business owners (Putri Laut and Bu Fatkhan), 3 employees and 1 local government. The data collection techniques used in this study were interviews and observations. The results of this study are product innovation strategies (quality and packaging), online marketing, improving the quality of customer service and improving the quality of human resources, which have a positive effect on the level of trust and consumer purchase interest as well as product quality resulting from good performance. Meanwhile, the product innovation strategy in adding product variants shows a less positive effect because it has a small amount of demand compared to the presto milkfish product, which has a large number of requests. The conclusion from this study is that product innovation strategies, online marketing, improving the quality of customer service and improving the quality of human resources can be used as a means of maintaining the presto milkfish business during the pandemic in Tambakrejo Village Semarang.

Keywords: *Service Quality, Human Resource Quality, Product Innovation, Online Marketing, Strategy*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan inovasi produk, pemasaran online, peningkatan kualitas pelayanan konsumen, peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam mempertahankan usaha bandeng presto pada masa pandemi Covid-19 di Kelurahan Tambakrejo Semarang. Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan pedoman pada teori strategi dalam mempertahankan usaha dimasa pandemi. Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Analisis data dilakukan dengan langkah pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Objek penelitian terdiri dari 2 pemilik usaha bandeng presto (Putri Laut dan Bu Fatkhan), 3 karyawan dan 1 pemerintah setempat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi inovasi produk (kualitas dan kemasan), pemasaran online, peningkatan kualitas pelayanan konsumen dan peningkatan kualitas sumber daya manusia menunjukkan pengaruh yang positif terhadap tingkat kepercayaan dan minat beli konsumen serta kualitas produk yang dihasilkan dari kinerja yang baik. Sedangkan strategi inovasi produk pada penambahan varian produk menunjukkan pengaruh yang kurang positif karena memiliki jumlah permintaan yang sedikit dibandingkan dengan produk bandeng presto yang jauh memiliki jumlah permintaan yang banyak. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa strategi inovasi produk, pemasaran online, peningkatan kualitas pelayanan konsumen dan peningkatan kualitas sumber daya manusia dapat dijadikan sebagai upaya dalam mempertahankan usaha bandeng presto pada masa pandemi di Kelurahan Tambakrejo Semarang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas SDM, Inovasi Produk, Pemasaran Online, Strategi

PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM atau dunia usaha di Indonesia saat ini mengalami penurunan akibat dari adanya dampak pandemi Covid-19 yang muncul diawal tahun 2020. Sehingga hal tersebut memberikan dampak perekonomian secara langsung terhadap perkembangan UMKM atau dunia usaha (Azizah et al., 2020). Menurut data dari kementerian koperasi di Indonesia menyebutkan bahwa ada sekitar 37.000 UMKM yang mengalami dampak serius akibat dari adanya pandemi Covid-19. Dimana adanya laporan sebesar 56% usaha mengalami penurunan penjualan, mengalami masalah pembiayaan atau dana sebesar 22%, mengalami masalah pada distribusi barang sebesar 15%, mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku mentah sebesar 4% (Thaha, 2020).

Salah satu wilayah yang terdampak Covid-19 yaitu wilayah kota Semarang. Dimana kota Semarang merupakan kota besar yang banyak dikunjungi aktivitas dari masyarakat setempat atau masyarakat luar. Sehingga penyebaran virus Covid-19 cepat menyebar di Semarang. Menurut data dari dinas kesehatan kota Semarang pada tanggal 14 Januari 2021 jumlah orang yang terinfeksi positif virus Covid-19 di Semarang sebesar 14.441 jiwa yang grafiknya selalu mengalami kenaikan dari bulan juli hingga bulan januari (Pemerintah Kota Semarang, 2020). Kenaikan virus Covid-19 tersebut tentunya juga memberikan dampak terhadap UMKM di Semarang. Salah satunya yaitu usaha bandeng presto yang ada di Semarang.

Usaha bandeng presto sendiri merupakan usaha yang sudah dikenal sebagai makanan khas Semarang di beberapa daerah. Oleh karena itu hal ini sudah tidak mengherankan lagi jika kota Semarang masuk kedalam tiga besar penghasil komoditas bandeng (Yuliawati, 2012). Bandeng presto merupakan produk olahan dari ikan utuh yang diolah dari beberapa tahapan dari mulai mendapatkan bahan baku, pengelolaan, hingga penyimpanan . Usaha bandeng presto memiliki potensi sebesar 56.416 kg dengan nilai total sebesar 2.245.538.000 yang diperoleh dari total produksi (Retnaningsih et al., 2020). Pemanfaatan usaha bandeng presto salah satunya yaitu di Kelurahan Tambakrejo Semarang. Dampak yang dialami dari usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo selama pandemi yaitu terjadinya penurunan pendapatan secara drastis, penurunan

jumlah permintaan, pengurangan jumlah tenaga kerja (PHK), pemasaran yang berkurang atau terjadinya penurunan distribusi akibat dari adanya PSBB, dan terbatasnya jumlah bahan baku. Hal ini bisa dilihat sesuai data observasi berikut ini:

Tabel 1
Data Penurunan Usaha Bandeng Presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang Akibat dari Dampak Pandemi Covid-19

No	Jenis	Nama Usaha	Sebelum Pandemi	Selama Pandemi	Prosentase
1.	Permintaan	Putri Laut	3.000 Kg	1.500 Kg	50%
		Bu Fatkhan	1.500 Kg	800 Kg	45%
2.	Pendapatan	Putri Laut	Rp. 120 juta/bln	Rp. 60 juta/bln	50%
		Bu Fatkhan	Rp. 60 juta/bln	Rp. 30 juta/bln	50%
3.	Karyawan	Putri Laut	8 karyawan	4 karyawan	50%
		Bu Fatkhan	6 karyawan	4 karyawan	40%
4.	Jumlah bahan baku	Putri Laut	3.000 Kg	1.500 Kg	50%
		Bu Fatkhan	1.500 Kg	800 Kg	45%
Rata-rata prosentase					47,5%

Sumber: observasi (2021)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, adanya pengurangan di beberapa hal yang pertama dalam hal permintaan terjadi karena faktor pembatasan aktivitas dimasa pandemi dan tempat usaha yang biasa dijadikan distribusi juga mengalami penurunan permintaan bahkan beberapa tempat distribusi menghentikan pemesanannya dimasa pandemi saat ini. Kedua dalam hal pendapatan terjadi karena adanya penurunan permintaan sehingga pendapatanpun ikut menurun dari sebelumnya, penurunan pendapatan hampir dua kali daripada sebelumnya. Ketiga dalam hal bahan baku dimasa pandemi perolehan baku baku cukup sulit didapatkan karena pembatasan aktivitas nelayan pada masa pandemi sehingga hal ini berpengaruh pada jumlah stok bahan baku dipasaran, akibatnya harga bahan baku tersebut mengalami kenaikan. Keempat dalam hal pengurangan jumlah karyawan terjadi karena terjadinya penurunan permintaan dan pendapatan sehingga jumlah produksi ikut menurun, akibatnya ada beberapa karyawan yang harus dihentikan. Kelima dalam hal pemasaran terjadi karena adanya aktivitas pembatasan dari pemerintah sendiri membuat intensitas pertemuan menjadi sangat terbatas, akibatnya pemasaran secara langsung yang biasa dilakukan menjadi susah atau bahkan tidak dilakukan terlebih dahulu demi menjaga dan meminimalisir penularan virus Covid-19. Sehingga perlu adanya strategi yang harus dilakukan

untuk mempertahankan usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo. Strategi yang dapat dilakukan menurut Alfrian & Pitaloka (2020) yaitu: (1) Melakukan inovasi produk; (2) Melakukan pemasaran online; (3) Meningkatkan kualitas pelayanan konsumen; dan (4) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif kualitatif studi kasus. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengamati segala permasalahan secara sistematis dan akurat berdasarkan pada fakta-fakta dan sifat objek tertentu dilapangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama (Sugiono, 2016). Data ini diambil langsung pada subjek pemilik dan karyawan usaha bandeng presto yaitu usaha bandeng presto Putri Laut dan usaha bandeng presto Bu Fatkhan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang adanya suatu data utama (primer) (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini diambil data sekunder sebagai pendukung berupa foto atau gambar dari kualitas produk, varian produk, gaya dan desain produk, produk, harga, promosi dan bukti langsung pada usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga bagian yaitu teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi dengan beberapa tahapan antara lain: pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh dengan menggunakan metode wawancara dan observasi yang dilakukan pada bulan Maret 2021 sampai dengan bulan April 2021. Wawancara dilakukan dengan 6 informan yang terdiri dari dua pemilik usaha bandeng presto yaitu pemilik usaha bandeng presto Putri Laut yang dimiliki oleh Bapak Suhartono dan pemilik usaha bandeng presto Bu Fatkhan yang dimiliki oleh Ibu Mumpuni, 2 karyawan dari Putri Laut dan 1 karyawan dari Bu Fatkhan serta Ibu Rusdiyastuti selaku pemerintah desa Kelurahan Tambakrejo. Hasil penelitian tersebut meliputi strategi inovasi

produk, pemasaran online, peningkatkn pelayanan konsumen, dan peningkatan kualitas SDM dalam mempertahankan usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang.

1. Inovasi produk dalam mempertahankan usaha bandeng presto pada masa pandemi Covid-19 di Kelurahan Tambakrejo Semarang

Inovasi produk merupakan bagian dari budaya sebuah perusahaan dalam memiliki kemampuan untuk berinovasi serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan konsumen agar membeli. Dalam penerapannya terdapat proses yang perlu dilakukan seperti kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk (Charles dkk, 2012). Beberapa tahapan tersebut perlu dilakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk dan sebagai upaya pengembangan produk agar konsumen memiliki pilihan yang bervariasi.

Pembuatan inovasi produk dilakukan agar menambah variasi produk pada pilihan produk yang ditawarkan. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan produk yang akan mereka pilih. Dalam pembuatan produk baik produk lama maupun produk baru aspek yang dilihat yaitu dari kualitas dan kemasan. Sehingga kedua hal tersebut juga perlu diperhatikan dengan baik. Perhatian pada kualitas produk memberikan dampak positif terhadap bisnis melalui dua cara yaitu proses produksi dan kualitas bahan baku (Herawati & Mulyani 2016). Sedangkan kemasan berfungsi untuk membuat suatu kemasan menarik agar menumbuhkan minat beli konsumen (Harminingtyas 2013).

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang inovasi produk pada kualitas dan dalam hal kemasan menurut hasil wawancara dikatakan memiliki pengaruh yang positif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan minat beli konsumen sehingga tingkat penjualanpun mengalami kenaikan. Inovasi produk dalam hal kualitas dilihat dari proses pembuatan dan pemilihan bahan baku. Sedangkan dalam hal kemasan dilihat dari perubahan gaya dan desain produk dengan mengubah fitur pada kemasan. Kedua hal ini perlu dilakukan agar produk bandeng presto mampu bertahan dimasa pandemi. Kemampuan sebuah produk bertahan dalam siklus sebuah pasar ditentukan oleh bagaimana sebuah

desain mampu beradaptasi akan perubahan-perubahan dalam bentuk apapun yang terjadi dalam pasar sehingga kemampuan tersebut menjadi nilai keberhasilan bagi produk itu sendiri dikemudian hari (Rachman, 2014).

Inovasi produk yang dilakukan pada penambahan varian produk dianggap kurang efektif untuk dilakukan pada usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang karena hanya memiliki tingkat minat dan penjualan sekitar 20% saja. Sehingga produk tersebut dibuat ketika ada pemesanan saja. Hal lainnya yaitu karena alat untuk membuat kurang mendukung. Sehingga perlu adanya bantuan dari pemerintah mengenai bantuan alat maupun promosi agar adanya perkembangan baik pada penjualan usaha bandeng presto dimasa pandemi.

2. Pemasaran online dalam mempertahankan usaha bandeng presto pada masa pandemi Covid-19 di Kelurahan Tambakrejo Semarang

Strategi yang bisa di implementasikan oleh UMKM untuk tetap mempertahankan usaha dimasa pandemi yaitu dengan merubah model penjualan yang semula konvensional menjadi online (Fadly dan Utama, 2020). Pemasaran online merupakan pemasaran yang dilakukan melalui internet. Terdapat kelebihan dalam pemasaran online yaitu pertama target pemasaran yang spesifik. Kedua biaya yang lebih murah untuk memulai pemasaran online. Ketiga menghitung tingkat konveksi yang mudah. Keempat dapat membangun komunitas. Dan kelima memungkinkan bertransaksi tanpa bertemu. Pemasaran online biasanya menggunakan media sosial yang ada di internet (Sarastuti, 2017).

Berdasarkan penelitian usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang melakukan penjualan dimasa pandemi dengan menggunakan promosi secara online secara terus menerus. Penjualan online tersebut meliputi aspek produk, harga, distribusi dan promosi. Produk yang dipromosikan meliputi semua produk baik dari produk bandeng presto maupun produk lainnya. Harga yang ditawarkanpun cenderung murah dibandingkan usaha lain dengan kualitas yang sama. Perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah pada pasar sasarannya untuk meningkatkan jumlah penjualannya (Mulyana 2019).

Distribusi dan promosi usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang kebanyakan menggunakan media online dimasa pandemi seperti WA, FB, IG, Grab dan Gojek. Penggunaan media online tersebut dirasa sangar berpengaruh untuk dapat mempertahankan usahanya selama masa pandemi ini. Pengaruh lain yang dirasakan yaitu dapat melakukan proses transaksi dengan mudah dan dapat dengan mudah memasarkan dan mengenalkan produk pada pangsa pasar yang lebih luas.

Ada beberapa promosi produk yang perlu dilakukan selain menggunakan media online saja yaitu melakukan suatu pemasaran digital dan membangun suatu branding untuk mengenalkan produknya, peningkatan kualitas produk maupun jasa demi kenyamanan serta menciptakan relasi kepada masyarakat maupun pelanggan agar tingkat kepercayaan konsumen meningkat. Jika strategi tersebut dapat diterapkan secara maksimal maka UMKM bisa berjalan dan tidak mengalami kerugian (Fadly dan Utama, 2020).

3. Peningkatan kualitas pelayanan konsumen dalam mempertahankan usaha bandeng presto pada masa pandemi Covid-19 di Kelurahan Tambakrejo Semarang

Peningkatan kualitas pelayanan konsumen dilakukan agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan kepercayaan bagi konsumen terhadap suatu produk maupun jasa yang mereka pilih. Dimasa Pandemi ini, pelaku usaha bandeng presto sebaiknya tidak hanya berfokus pada menjaring pelanggan baru tapi harus mempertahankan produk dan menjaga pelanggan yang sudah ada, menciptakan kepuasan pelanggan hingga akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal tidak akan berpindah ke yang lain karena sudah memiliki kepercayaan terhadap produk kita (Hardilawati, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian peningkatan kualitas pelayanan konsumen yang dilakukan oleh usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang menunjukkan pengaruh yang positif terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen. Sehingga hal ini dapat mendorong konsumen untuk tetap membeli produk bandeng presto secara terus menerus. Pelayanan yang baik sebaiknya terus diberikan kepada konsumen baik segi kualitas maupun dari segi respon yang diberikan. Selain itu juga perlu adanya suatu hubungan yang baik terhadap

konsumen. Dalam kondisi pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, untuk menjalin hubungan pemasaran dengan pelanggan, pelaku usaha juga disarankan untuk dapat menunjukkan kepedulian terhadap konsumen yang sedang mengalami kesulitan pada saat covid-19 ini. Pelaku usaha dapat menunjukkan kepedulian yang juga bertujuan dalam memasarkan produk contoh cara membangun pemasaran hubungan pelanggan dengan cara meningkatkan empati atas wabah ini seperti memberikan promo (Hardilawati, 2020). Sehingga hal ini dianggap efektif untuk dapat dijalankan sebagai strategi dalam upaya untuk mempertahankan usaha bandeng presto di Kelurahan Tambakrejo Semarang pada masa pandemi.

4. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam mempertahankan usaha bandeng presto pada masa pandemi Covid-19 di Kelurahan Tambakrejo Semarang

Kualitas sumber daya manusia merupakan kesanggupan tiap-tiap karyawan dalam menyelesaikan tugasnya, mengembangkan dirinya dan mendorong teman yang lainya (Suparman, 2016). Dalam menyelesaikan setiap pekerjaan tentu diperlukan sebuah kemampuan dan ketrampilan yang harus dimiliki oleh setiap pegawai. Kemampuan tersebut antara lain yaitu kemampuan fisik, kemampuan intelektual dan kemampuan fisik.

Peningkatan kualitas sumberdaya manusia dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada tenaga kerja. Sehingga dari pelatihan-pelatihan tersebut nantinya akan mendorong tingkat pengetahuan dan ketrampilan yang bertambah sehingga akan menghasilkan kinerja yang lebih baik lagi. Berdasarkan penelitian di bandeng presto Kelurahan Tambakrejo Semarang peningkatan kualitas dapat berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan yang dihasilkan. Bentuk pelatihan diberikan oleh pemerintah setempat dan daerah. Bentuk pelatihanya antara lain seperti pengolahan ikan, pengembangan usaha, inovasi produk, pemasaran. Namun pelatihan tersebut hanya diberikan pada saat sebelum pandemi saja karena ada pembatasan interaksi.

Selain pegawai dituntut untuk melakukan suatu pekerjaan dengan baik, seharusnya dari pihak usaha bandeng presto adanya suatu perhatian khusus sebagai empati dimasa pandemi seperti

diberikan perhatian dan reward tertentu kepada pegawai yang rajin. Sehingga dari adanya perhatian tersebut nantinya akan membuat pegawai senang. Dari rasa senang tersebut maka otomatis setiap pekerja akan merasa senang juga terhadap pekerjaannya dan rasa senang tersebut akan menghasilkan kinerja yang lebih baik (Ady & Wijono, 2013).

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini adalah strategi inovasi produk (kualitas dan kemasan), pemasaran online, peningkatan kualitas pelayanan konsumen dan peningkatan kualitas sumber daya manusia menunjukkan pengaruh yang positif terhadap tingkat kepercayaan dan minat beli konsumen serta kualitas produk yang dihasilkan dari kinerja yang baik. Sedangkan strategi inovasi produk pada penambahan varian produk menunjukkan pengaruh yang kurang positif karena memiliki jumlah permintaan yang sedikit dibandingkan dengan produk bandeng presto yang jauh memiliki jumlah permintaan yang banyak. Sehingga strategi inovasi produk, pemasaran online, peningkatan kualitas pelayanan konsumen dan peningkatan kualitas sumber daya manusia dapat dijadikan sebagai upaya dalam mempertahankan usaha bandeng presto pada masa pandemi di Kelurahan Tambakrejo Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ady, F., & Wijono, D. (2013). PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 990–1001. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i6.417>
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, KECil, dan Menengah (UMKM) Bertahan pada Kondisi Pandemi Covid 19 di Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6*, 6(2), 139–146.
- Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Harminingtyas, R. (2013). *ANALISIS FUNGSI KEMASAN PRODUK MELALUI MODEL VIEW DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK ROKOK KRETEK MEREK DJI SAM SOE DI KOTA SEMARANG.*

- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *Prosiding Seminar Nasional, ISBN 978-6, 463-482.*
<http://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/3677>
- MULYANA, M. (2019). Inisiasi vi. *MATERI TUTORIAL ONLINE EKMA 4216 MANAJEMEN PEMASARAN*, 43-51.
- RACHMAN, B. J. (2014). *ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEMANTAPAN KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang).*
- Retnaningsih, Bekt, & Ruenda. (2020). Adaptasi Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM) Bandeng Presto Selama Masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus di Kota Semarang. *Percetakan Universitas Sriwijaya*, 1099-1107.
- Sugiono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Alfabeta.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147-153.
- Yulawati, D. (2012). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM SUBSISTEM AGRIBISNIS BANDENG(Chanos-chanos) PRESTO DI KOTA SEMARANG.*
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Suparman, H. A. (2016). Penegakan Hukum terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 31(2), 177-182.