

## Strategi Bertahan Usaha Jus: Peran Lokasi, Waktu Berjualan, dan Kreativitas dalam Meningkatkan Omset

Tiur Malasari Siregar<sup>1</sup>, Angel Stepany Rumapea<sup>2</sup>, Asni Silitonga<sup>3</sup>, Rohmendena S.P. Manik<sup>4</sup>, Yesika T.S. Pardosi<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Pendidikan Matematika, Universitas Negeri Medan

e-mail: [tiurmalasarisiregar@unimed.ac.id](mailto:tiurmalasarisiregar@unimed.ac.id)<sup>1</sup>, [rumapeaangel610@gmail.com](mailto:rumapeaangel610@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[asnisilitonga21@gmail.com](mailto:asnisilitonga21@gmail.com)<sup>3</sup>, [rohmedenaspmanik10@gmail.com](mailto:rohmedenaspmanik10@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[yesikapardosixmipa1@gmail.com](mailto:yesikapardosixmipa1@gmail.com)<sup>5</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi bertahan usaha jus mikro dalam meningkatkan omset di tengah persaingan bisnis dan dinamika pasar. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan subjek seorang wirausahawan mikro bernama Ayu yang telah menjalankan usaha jus buah segar di Jalan William Iskandar, Medan selama lima tahun. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan didukung oleh kajian pustaka dari jurnal-jurnal ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Ayu dalam mempertahankan usahanya dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu lokasi strategis yang dekat dengan kampus dan sekolah, pemilihan waktu berjualan yang menyesuaikan dengan pola aktivitas konsumen, serta kreativitas dalam pelayanan dan promosi melalui pendekatan personal. Ketiganya membentuk sinergi strategi bertahan yang efektif bagi UMKM. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam pengelolaan usaha mikro, khususnya di sektor minuman, untuk mempertahankan kelangsungan dan meningkatkan daya saing usaha.

**Kata Kunci :** *UMKM, Strategi Bertahan, Usaha Jus, Kewirausahaan Mikro, Lokasi Usaha, Kreativitas.*

### Abstract

This research aims to identify survival strategies for micro juice businesses in increasing turnover amidst business competition and market dynamics. The approach used is descriptive qualitative, with the subject being a micro entrepreneur named Ayu who has been running a fresh fruit juice business on Jalan William Iskandar, Medan for five years. Data was collected through semi-structured interviews and supported by literature reviews from relevant scientific journals. The research results show that Ayu's success in maintaining her business is influenced by three main factors, namely strategic location close to campuses and schools, choosing selling times that adapt to consumer activity patterns, and creativity in service and promotion through a personal approach. The three of them form a synergy of effective survival strategies for MSMEs. This research emphasizes the importance of a holistic approach in managing micro businesses, especially in the beverage sector, to maintain continuity and increase business competitiveness.

**Keywords :** *MSMEs, Survival Strategy, Juice Business, Micro Entrepreneurship, Business Locations, Creativity.*

### PENDAHULUAN

Pada era orde baru, tepatnya periode sebelum 1997, kehidupan perekonomian Indonesia ditandai dengan keberpihakan pemerintah kepada perusahaan-perusahaan besar. Kemudahan-kemudahan banyak diberikan pemerintah kepada perusahaan besar dengan harapan kita akan secara cepat tumbuh menjadi negara yang kuat ekonominya. Pada saat itu bahkan kita sudah bermimpi untuk menjadikan negara kita sejajar dengan negara-negara yang dikenal dengan macan Asia (Rianto, 2018).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional, termasuk dalam sektor makanan dan minuman seperti usaha jus. Namun, pelaku UMKM seringkali menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kelangsungan bisnisnya, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang terus berubah (Harjadi & Gunawan, 2022). Dikutip dari laman Kompas, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada 2016 menunjukkan besar kontribusi UMKM menyumbang 60,34 % dari total PDB nasional dan menyerap hingga 89,2 % dari total tenaga kerja (Novitasari, 2021).

Salah satu tantangan utama adalah bagaimana meningkatkan omset dengan memanfaatkan faktor-faktor seperti lokasi, waktu berjualan, dan kreativitas dalam strategi pemasaran. Permasalahan ini semakin kompleks dengan adanya perubahan perilaku konsumen dan kebutuhan adaptasi teknologi, seperti yang dihadapi oleh bisnis kecil dalam ekosistem pasar daring (Logi Mulawarman, 2025). Selain itu, kreativitas dalam mengolah produk, seperti inovasi rasa atau kemasan, juga menjadi kunci keberhasilan, sebagaimana ditemukan pada UMKM kuliner di Bali yang beradaptasi di era new normal (Wirawan et al., n.d.). Namun, tidak semua pelaku usaha mampu mengoptimalkan faktor-faktor ini karena keterbatasan sumber daya atau pemahaman terhadap pasar.

Penelitian pada UMKM wisata kuliner di Desa Banjar menunjukkan bahwa pemilihan lokasi strategis dan penyesuaian jam operasional dapat meningkatkan kunjungan pelanggan (Wirawan et al., n.d.). Di sisi lain, kreativitas dalam promosi, seperti memanfaatkan endorsemen dari selebgram, terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar tanpa biaya besar (Dewintara et al., n.d.).

Di tengah persaingan bisnis minuman yang semakin ketat, usaha jus menjadi salah satu pilihan usaha mikro yang cukup diminati masyarakat. Selain karena modal yang relatif terjangkau, tren gaya hidup sehat turut mendorong peningkatan permintaan terhadap minuman berbasis buah alami. Namun, tidak semua pelaku usaha jus mampu bertahan dan berkembang. Tantangan seperti perubahan selera konsumen, persaingan harga, hingga lokasi yang kurang strategis kerap menjadi hambatan dalam meningkatkan omset penjualan.

Untuk itu, diperlukan strategi yang tepat agar usaha jus tetap eksis dan mampu bersaing. Tiga faktor penting yang sering kali menjadi penentu keberhasilan adalah lokasi usaha, waktu berjualan, dan tingkat kreativitas dalam mengelola produk serta promosi. Lokasi yang strategis dapat mendatangkan lebih banyak pelanggan potensial, pemilihan waktu berjualan yang tepat akan meningkatkan efektivitas penjualan, dan kreativitas menjadi kunci untuk menarik minat serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

Strategi bertahan merupakan aspek penting bagi keberlangsungan UMKM, terutama dalam menghadapi persaingan dan dinamika ekonomi. Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal seperti karakteristik wirausaha, lingkungan usaha, teknologi, serta strategi pengelolaan. Faktor-faktor ini saling berinteraksi dan berperan dalam menentukan ketahanan serta pertumbuhan usaha.

### **Strategi Bertahan dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Strategi bertahan adalah serangkaian kebijakan yang dirancang untuk menjaga kelangsungan usaha di tengah ketidakpastian. Febrian et al. (2021) menyatakan bahwa keberhasilan strategi ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap proaktif, inovasi, dan kemampuan adaptif pelaku usaha. UMKM yang fleksibel dalam merespons perubahan pasar serta mampu menghadirkan inovasi produk dan layanan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dibandingkan usaha yang bersifat konvensional.

### **Lokasi sebagai Faktor Kunci dalam Daya Saing Usaha**

Lokasi strategis menjadi keputusan penting dalam membangun daya saing, terutama bagi usaha yang bergantung pada interaksi langsung dengan konsumen. Rahmawati (2021) menekankan bahwa lokasi yang mudah dijangkau dan berada di area dengan mobilitas tinggi meningkatkan potensi penjualan dan visibilitas usaha. Selain itu, kedekatan dengan pusat aktivitas masyarakat juga memberi peluang mendapatkan konsumen secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pemilihan lokasi sebaiknya mempertimbangkan faktor demografis dan perilaku konsumen di sekitarnya.

### **Waktu Berjualan sebagai Strategi Operasional Adaptif**

Penyesuaian waktu operasional usaha merupakan strategi adaptif dalam merespons pola konsumsi masyarakat. Sulastrri (2021) menyebutkan bahwa pemilihan jam buka yang tepat, seperti pagi, siang, dan sore hari, dapat meningkatkan penjualan secara signifikan. Fleksibilitas dalam mengatur waktu juga memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan operasional dengan perubahan kebiasaan konsumen, seperti meningkatnya aktivitas malam hari, guna mengoptimalkan potensi pendapatan.

### **Kreativitas dalam Menarik dan Mempertahankan Konsumen**

Kreativitas menjadi kunci dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan membedakan usaha dari pesaing. Mutmainnah (2021) menjelaskan bahwa kreativitas dapat ditunjukkan melalui inovasi produk, pelayanan menarik, serta strategi promosi yang efektif, terutama melalui media sosial. Dengan terus mengikuti tren dan preferensi pasar, pelaku usaha dapat menciptakan pengalaman konsumen yang unik dan berkesan, sehingga mampu mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

### **Mutu Produk, Keunggulan Biaya, dan Efisiensi Operasional**

Mutu produk dan efisiensi biaya merupakan fondasi utama dalam mendukung daya saing dan profitabilitas usaha. Wibowo (2021) menekankan pentingnya menjaga kualitas produk, seperti kesegaran bahan baku dan konsistensi rasa, khususnya dalam bisnis minuman. Di sisi lain, pengelolaan biaya yang efisien—meliputi penggunaan sumber daya secara optimal dan pemilihan bahan baku yang tepat—memungkinkan usaha menawarkan harga bersaing tanpa mengorbankan kualitas, sehingga usaha tetap dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan tujuan untuk memahami lebih dalam pengalaman wirausahawan kecil dalam mengelola usaha minuman sehat berbasis jus. Data utama diperoleh melalui **wawancara semi-terstruktur** dengan seorang pelaku usaha jus kecil yang berlokasi di Jalan William Iskandar, Medan. Pemilihan informan dilakukan secara **purposive**, dengan mempertimbangkan bahwa subjek memiliki pengalaman langsung dalam menjalankan usaha mikro di bidang minuman. Wawancara dilakukan secara langsung menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun berdasarkan aspek-aspek seperti latar belakang usaha, strategi pemasaran, tantangan yang dihadapi, serta pandangan tentang keberlanjutan usahanya. Selain data primer dari wawancara, peneliti juga mengumpulkan **data sekunder** dari jurnal-jurnal ilmiah dan literatur yang relevan sebagai pendukung analisis, khususnya yang berkaitan dengan kewirausahaan mikro, UMKM, dan manajemen usaha kecil.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Kasus**

Subjek dalam penelitian ini bernama Ayu, Ayu adalah seorang wirausahawan mikro yang menjalankan usaha minuman jus buah segar di kawasan Jalan William Iskandar, Medan. Usaha ini telah berjalan selama kurang lebih lima tahun, dan beroperasi secara mandiri di gerai kecil yang berada di pinggir jalan, dekat dengan kawasan kampus Unimed.

Usaha jus ini menawarkan berbagai pilihan jus buah seperti jeruk, alpukat, mangga, dan campuran buah, dengan harga yang terjangkau bagi mahasiswa dan pekerja sekitar. Penjual menjalankan semua aktivitas usaha secara sendiri mulai dari belanja bahan baku, proses pembuatan, hingga penjualan langsung ke konsumen. Dalam wawancara, penjual mengungkapkan beberapa tantangan utama yang dihadapi, seperti fluktuasi harga buah, cuaca yang memengaruhi minat pembeli, serta keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha atau membeli perlengkapan yang lebih memadai. Meski demikian, pelaku usaha menunjukkan semangat tinggi untuk terus bertahan, dan mengandalkan strategi seperti layanan ramah, menjaga kualitas rasa, dan promosi dari mulut ke mulut.

## Analisis

Kasus Ayu menggambarkan realitas umum yang dihadapi oleh pelaku **wirausaha mikro di sektor informal**, terutama di wilayah perkotaan. Dalam konteks kewirausahaan, usaha yang dijalankan Ayu memiliki sejumlah karakteristik penting:

### 1. **Ketahanan Usaha dan Daya Juang Tinggi**

Ayu telah menjalankan usahanya selama lima tahun secara mandiri, yang menunjukkan **ketekunan dan konsistensi** dalam mempertahankan kelangsungan usaha di tengah berbagai tantangan eksternal. Ketahanan ini mencerminkan *entrepreneurial resilience*, yaitu kemampuan pelaku usaha untuk tetap bertahan dalam kondisi sulit.

### 2. **Kendala Umum UMKM: Modal, Cuaca, dan Harga Bahan Baku**

Kendala yang dihadapi Ayu seperti fluktuasi harga buah, cuaca yang memengaruhi jumlah pembeli, dan keterbatasan modal merupakan masalah klasik yang banyak dihadapi oleh pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan lemahnya akses terhadap *financial capital* dan rendahnya kemampuan manajemen risiko, dua aspek penting dalam pengembangan usaha mikro.

### 3. **Pengelolaan Usaha Secara Mandiri**

Ayu mengelola semua aspek usaha seorang diri, dari pembelian bahan hingga melayani pelanggan. Ini mencerminkan **karakteristik solopreneur** (wirausahawan tunggal) yang umum dijumpai pada usaha mikro, namun sekaligus menunjukkan adanya keterbatasan dalam aspek pembagian kerja dan efisiensi operasional.

### 4. **Strategi Bertahan: Layanan dan Kualitas Produk**

Dalam kondisi keterbatasan, Ayu memilih strategi bertahan yang berbasis pada **hubungan interpersonal** dengan pelanggan yakni layanan yang ramah dan menjaga kualitas produk. Ini sesuai dengan prinsip **nilai tambah non-material** yang penting dalam bisnis kecil, terutama yang tidak bergantung pada iklan atau teknologi.

### 5. **Promosi dari Mulut ke Mulut (Word of Mouth)**

Ketergantungan pada promosi secara informal menunjukkan bahwa usaha ini belum memanfaatkan teknologi digital atau media sosial secara maksimal, yang bisa jadi disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, waktu, atau akses.

## Pembahasan

Usaha jus, sebagai bagian dari sektor mikro, sangat bergantung pada strategi adaptif untuk menghadapi tantangan pasar, persaingan bisnis, dan pergeseran perilaku konsumen. Tiga elemen utama yang menjadi penentu ketahanan usaha ini meliputi pemilihan lokasi, penentuan waktu berjualan yang optimal, serta penerapan kreativitas dalam produk dan promosi.

### 1. Lokasi Usaha sebagai Penentu Visibilitas dan Aksesibilitas

Lokasi memegang peranan krusial dalam operasional usaha jus. Tempat yang strategis seperti dekat sekolah, perkantoran, pasar, atau pusat olahraga memiliki potensi tinggi untuk menarik konsumen. Lokasi strategis sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian oleh Antari et al. (2023) menunjukkan bahwa lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan konsumen meningkatkan kemungkinan pembelian produk pertanian di Toko MitraTani Ds. Gelang Kab. Madiun (Bayu Arista et al., 2023). Hal ini menegaskan pentingnya pemilihan lokasi yang tepat dalam usaha jus untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi konsumen. Selain meningkatkan jumlah pembeli, pemilihan lokasi yang tepat juga mengurangi biaya promosi karena usaha lebih mudah terlihat oleh calon pelanggan.

Berdasarkan riset yang telah penulis laksanakan, point pertama ini sudah diterapkan oleh penjual jus yang peneliti wawancarai. Penjual jus tersebut memilih untuk membuka lapak jualannya di gerbang IV kampus, yang juga dekat dengan sebuah Sekolah Menengah Pertama. Dengan pemilihan lokasi yang tepat, penjual sudah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai strategi dalam berwirausaha.

Walaupun demikian, usaha di lokasi strategis dapat sukses tanpa promosi digital intensif, faktor pendukung seperti kebersihan lingkungan, ketersediaan parkir, dan fasilitas tempat duduk tetap diperlukan untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman.

## 2. Optimalisasi Waktu Berjualan Berdasarkan Kebiasaan Konsumen

Waktu berjualan merupakan faktor kritis dalam bisnis makanan dan minuman. Permintaan jus biasanya meningkat pada siang hingga sore hari, saat konsumen mencari minuman penyegar di sela aktivitas. Temuan Pranata dan Mulyani (2021) menunjukkan bahwa usaha yang beroperasi pada jam-jam sibuk (seperti jam istirahat siang atau setelah pulang kerja) mengalami peningkatan omset yang signifikan (Mega Auliya & Suryani, 2024).

Fleksibilitas dalam menyesuaikan jam operasional misalnya memperpanjang waktu berjualan di akhir pekan atau saat acara khusus dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan penjualan. Hal ini mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan dinamika pasar.

Dan dari penelitian yang telah dilaksanakan, dapat dilihat bahwa penjual jus yang penulis wawancarai, sudah menerapkan strategi kedua ini. Penjual jus sudah mempersiapkan dagangannya sebelum jam istirahat anak sekolah menengah pertama berlangsung. Dan demikian juga untuk sore hari. Penjual jus tetap berjualan jika masih banyak mahasiswa yang berada di lingkungan sekitar gerbang IV dan terkhususnya ketika cuaca dengan panas terik.

## 3. Kreativitas Produk dan Promosi sebagai Pembeda Pasar

Inovasi dalam produk dan promosi menjadi kunci untuk membedakan usaha jus dari pesaing. Pengembangan varian rasa unik, jus sehat (rendah gula, tinggi serat, atau berbahan superfood), serta penggunaan kemasan ramah lingkungan dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas pangsa pasar. Menurut Sari (2020), kreativitas produk tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga membangun citra positif merek di mata konsumen.

Di sisi pemasaran, pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness. Konten visual menarik, testimoni pelanggan, dan proses pembuatan yang transparan dapat menarik minat konsumen. Penelitian Widyaningsih dan Yuliana (2023) mengungkapkan bahwa UMKM yang aktif di media sosial mengalami kenaikan penjualan hingga 30% dalam tiga bulan. Kombinasi produk inovatif dan strategi pemasaran digital yang tepat menjadi kunci membangun loyalitas pelanggan dan menarik konsumen baru.

## 4. Sinergi Lokasi, Waktu, dan Kreativitas sebagai Strategi Holistik

Lokasi, waktu berjualan, dan kreativitas saling terkait dalam membentuk strategi bertahan yang komprehensif. Usaha jus yang menggabungkan lokasi strategis, jam operasional yang tepat, serta produk dan promosi kreatif akan lebih tangguh menghadapi tantangan pasar, bahkan dalam kondisi krisis. Seperti ditegaskan Wicaksono dan Handayani (2024), pendekatan holistik sangat penting dalam pengembangan usaha mikro di era digital yang penuh persaingan (Rumbrawer et al., 2023).

Oleh karena itu, pelaku usaha perlu terus mengevaluasi dan menyesuaikan strategi mereka agar tetap relevan dengan preferensi konsumen, tren pasar, dan perkembangan teknologi pemasaran.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha jus mikro yang dijalankan oleh Ayu tidak terlepas dari kemampuannya dalam menerapkan strategi bertahan yang mencakup pemilihan lokasi yang strategis, penyesuaian waktu operasional yang fleksibel, serta kreativitas dalam pelayanan dan promosi. Lokasi di sekitar kampus dan sekolah memberikan keuntungan dari segi visibilitas dan arus konsumen, sementara waktu berjualan yang menyesuaikan dengan aktivitas konsumen meningkatkan efektivitas penjualan harian. Kreativitas Ayu tercermin dari kemampuan membina hubungan baik dengan pelanggan, menjaga kualitas produk, dan memanfaatkan promosi dari mulut ke mulut.

Ketiga strategi tersebut saling melengkapi dan membentuk pendekatan holistik yang memungkinkan usaha bertahan di tengah keterbatasan modal dan tantangan eksternal seperti cuaca dan harga bahan baku. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa wirausaha mikro dapat tetap eksis dan berkembang apabila mampu memahami konteks pasar dan menerapkan strategi adaptif yang relevan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain dalam

mengelola usaha kecil, serta menjadi dasar bagi pengambil kebijakan untuk merancang program pemberdayaan yang sesuai dengan kebutuhan riil di lapangan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bayu Arista, Nur Aini Anisa, & Nur Farida. (2023). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Perjalanan Wisata (Open Trip) C.V Gass Adventure, Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 213–235. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1281>
- Dewintara, E., Aminah, S., Semaun, S., & Bahri, A. S. (n.d.). *AL-MAIYYAH Orientasi dan Strategi Bertahan Persaingan Kewirausahaan Perempuan pada UMKM*.
- Harjadi, D., & Gunawan, W. H. (2022). Dampak Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Usaha Terhadap Daya Saing Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pelaku UMKM Pemerintah Kabupaten Kuningan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.29406/jmm.v18i1.2551>
- Logi Mulawarman. (2025). STRATEGI BERTAHAN BISNIS KECIL DALAM EKOSISTEM PASAR DARING: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *ECONOMIST Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 69–79. <https://e.journal.titannusa.org/index.php/economist>
- Mega Auliya, S., & Suryani, N. (2024). Analisis Peran Digital dalam Peningkatan Penjualan Produk UMKM di CV. GTT Gudange Tahu Takwa Kabupaten Kediri. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2).
- Novitasari, N. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Melalui Optimasi Marketplace dan Pengemasan Produk Sebagai Strategi Meningkatkan Penjualan Usaha Rumahan Masyarakat di Kelurahan Kalimulya Depok. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*, 3(2), 77–86. <https://doi.org/10.37012/jpkmht.v3i2.668>
- Rianto, S. (2018). PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK, MUTU STRATEGI DAN KEUNGGULAN BIAAYA, PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Tegal). *Majalah Ilmiah Solusi*, 16(4).
- Rumbrawer, W. A. P., Boari, Y., & Lestari, E. D. (2023). Dampak Covid-19 terhadap UMKM (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Kelurahan VIM). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 341–354. <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i2.5780>
- Wirawan, P. E., Made Sudjana, I., Ayu, A. A., Arianty, A. S., Ayu, G., & Dewi, M. (n.d.). *Implementasi Strategi Bertahan dan Berkembang Wisata Kuliner di Era New Normal*. 5, 2022.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.