

Analisis Strategi Pemasaran Laundry di Masa Pandemi (Studi Kasus pada Pelaku Bisnis Laundry di Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok)

¹Haderah, ²Budiharto, ³Darmenra, ⁴Afrimar Dani Hakim, ⁵Resigustiyani
^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi El Hakim

¹haderah.babel@gmail.com, ²budiharto212@gmail.com, ³darmenra@gmail.com
⁴amardkim@gmail.com, ⁵resigustiyani090@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan kendala yang dialami oleh pelaku usaha Laundry Zahra di Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung, saat menerapkan strategi pemasaran tersebut. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Subjek penelitian adalah pemilik usaha Laundry Zahra dan beberapa pelanggan Laundry. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk menjamin keabsahan data, digunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik/metode. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan proses kelangsungan laundry selama pandemi masih sama tidak ada perubahan yang signifikan, pelaku usaha menerapkan strategi baru berupa layanan jasa antar jemput gratis, dan pemilik usaha beserta karyawan konsisten dalam melakukan pekerjaannya agar tidak mengecewakan pelanggan.

Kata Kunci: Laundry, Pandemi, Strategi Pemasaran

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman ditandai dengan semakin berkembangnya teknologi yang membawa dampak sangat besar pada keberlangsungan suatu usaha. Perkembangan tersebut mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, dari cara berkomunikasi, makan, berdandan (termasuk fashion), hingga cara berkehidupan dalam bentuk yang baru (Shinta, 2018). Seperti halnya pendapat dari (Shinta, 2018) salah satu yang menjadi sorotan dalam perkembangan kehidupan manusia saat ini adalah fashion. Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. Kita seringkali mengidentikkan fashion dengan busana atau pakaian, padahal sebenarnya yang dikatakan fashion adalah segala sesuatu yang sedang tren dalam masyarakat (Asmita & Erianjoni, 2019). Berkembangnya teknologi saat ini juga membawa dampak pada perekonomian salah satunya yaitu usaha mikro di bidang jasa.

Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peran penting dalam semua ekonomi di dunia, seperti penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, kontribusi pada inovasi dan produk domestik bruto suatu negara (Susanti E. , 2020). Semakin pesatnya perkembangan perekonomian di Indonesia khususnya di usaha mikro sektor jasa perlu menjadi perhatian khusus bagi pemerintah karena banyak bermunculan perusahaan mikro dengan berbagai bentuk dan jenis usaha (Sari, 2016). Ada banyak jasa yang pengerjaannya telah didukung dengan teknologi modern, salah satunya yaitu jasa laundry.

Dengan adanya jasa laundry tentunya akan membantu dan mempermudah pekerjaan masyarakat sehari-hari. Kesibukan masyarakat di Saok Laweh yang meningkat menyebabkan kurangnya

waktu untuk melakukan pekerjaan rumah tersebut, sebagian masyarakat beranggapan bahwa kegiatan mencuci dan menyetrika memakan banyak waktu. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat lebih memilih menggunakan jasa laundry. Sekarang ini jenis usaha laundry berkembang pesat dan tersebar luas di berbagai sudut daerah Solok terutama pada Nagari Saok Laweh. Dalam penelitian ini mengambil objek pada usaha Laundry Zahra yang ada di Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung. Pada penelitian ini yang menjadi fokus adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha laundry tersebut. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan kendala yang dialami saat menerapkan strategi pemasaran tersebut. Usaha Laundry Zahra sudah berdiri cukup lama yang memiliki banyak pelanggan dari berbagai tempat dan berbagai kalangan. Namun seiring berjalannya waktu, pada tahun 2019 saat munculnya pandemi covid-19 menjadi awal turunnya usaha Laundry Zahra. Adanya pandemi yang terjadi membuat pelaku usaha Laundry Zahra mengalami penurunan pendapatan secara dratis. Tetapi pelaku usaha atau pemilik usaha tidak tinggal diam, pelaku usaha Laundry Zahra membuat strategi atau upaya baru untuk menarik pelanggan dan mempertahankan usahanya di tengah pandemi.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian. Menurut Buchari Alma, strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha dan pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan yang selalu berubah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, dimana peneliti membuat gambaran yang kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami (Hastuti, Padmawati, & Harsono, 2019). Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus. Untuk menjamin keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi sumber dan teknik. Menurut (Ainullia & Narimo, 2017) Triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Penelitian ini dilakukan pada usaha aundry Zahra di Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung. Subjek dari penelitian ini yaitu pelaku usaha Laundry Zahra (pemilik usaha) dan beberapa pelanggan dari Laundry Zahra. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pelaku usaha Laundry Zahra di Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung mengenai strategi pemasaran yang dilakukan selama pandemi adalah sebagai berikut. Keberlangsungan usaha Laundry Zahra juga terdampak oleh pandemi covid-19, hal ini dikarenakan sebagian pelanggan yang didominasi oleh mahasiswa melakukan pembelajaran secara daring yang menyebabkan pendapatan usaha menjadi berkurang. Sedangkan untuk keberlangsungan usaha laundry tidak ada perbedaan yang signifikan dari sebelum pandemi maupun selama pandemi, semua kegiatan yang dilakukan di Laundry Zahra tetap sama serta berlangsung dengan baik. Pemilik usaha juga menerapkan strategi baru yang tentunya memudahkan para pelanggannya terutama dimasa pandemi seperti ini.

Selama pandemi covid ini terjadi terdapat beberapa hambatan atau kendala yang dialami oleh pelaku usaha laundry Zahra yaitu berkurangnya pelanggan yang berdampak kepada berkurangnya

pendapatan. Pendapatan yang biasanya dapat mencapai 100% kini hanya mendapatkan kurang lebih 50% yang didapat dari pelanggan rumahan. Selain itu, pelaku usaha juga sempat mengalami kesulitan dalam penggajian karyawan yang dilakukan setiap minggunya. Adanya pandemi covid-19 menyebabkan terjadinya banyak permasalahan muncul yang terjadi terutama dalam dunia bisnis. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa langkah yang diambil untuk mengatasi masalah atau kendala yang dialami selama pandemi covid-19 yaitu dengan cara meningkatkan pelayanan dan menyediakan layanan jasa antar jemput pakaian dari rumah pelanggan tanpa dipungut biaya baik yang jaraknya dekat maupun yang jaraknya jauh. Pengelolaan karyawan memang sangat perlu dilakukan demi kelangsungan usaha yang dijalankan.

Berdasarkan pemaparan pelaku usaha laundry Zahra dapat disimpulkan bahwa, suatu kondisi yang terjadi belum tentu menjadi penyebab harus dilakukannya pengurangan karyawan. Sebagai pelaku usaha harus mengetahui kondisi yang tepat dimana harus melakukan pengurangan maupun penambahan karyawan. Selain itu pelaku usaha juga harus berani bersikap tegas kepada karyawan yang melanggar aturan. Dengan adanya pengelolaan karyawan yang baik maka juga menghasilkan hasil yang baik seperti ketepatan waktu, kualitas yang baik, serta kuantitas kerja dalam sehari pengerjaan. Ketepatan waktu disini tidak hanya jam masuk karyawan saja tetapi ketepatan waktu pengantaran pakaian yang sudah jadi kepada pelanggan.

Selama pandemi terjadi pelaku usaha Laundry Zahra merasakan dampak dari perubahan perilaku konsumen selama pandemi, seperti berkurangnya pelanggan yang melaundry sampai berkurangnya pendapatan. Hal ini dikarenakan kondisi yang sedang tidak baik membuat semua orang waspada akan segala hal terutama terkait penyakit atau virus yang menular. Namun, pelaku usaha memiliki caranya sendiri untuk menarik pelanggan agar tetap melaundry di Laundry Zahra ini yaitu dengan cara menyediakan layanan antar jemput dan menjaga kebersihan tempat laundry. Hal ini dilakukan untuk membuat pelanggan tetap merasa aman dan nyaman walaupun dalam kondisi yang seperti ini (pandemi).

Dalam kelangsungan usaha pasti terdapat pencatatan dan pelaporan keuangan. Hal ini juga dilakukan oleh pelaku usaha Laundry Zahra namun belum melakukan pencatatan terhadap biaya yang dikeluarkan setiap harinya. Selain itu untuk pelaporan dilakukan setiap satu bulan sekali diakhir bulan. Pelaporan setiap bulan yang dilakukan masih sangat sederhana, pelaku usaha hanya mencatat penghasilan yang didapat selama satu bulan penuh. Pencatatan dan pelaporan keuangan yang dilakukan pelaku usaha Laundry Zahra belum sesuai dengan sistem akuntansi yang ada. Pelaku usaha hanya menjumlahkan hasil perbulannya untuk mengetahui penghasilan setiap tahunnya.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok pada masa pandemi. Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan kepada pelaku usaha dan beberapa pelanggan menunjukkan hasil yang sama yaitu pelaku usaha menyediakan strategi baru berupa layanan jasa antar jemput secara gratis dan meningkatkan pelayanan yang diberikan. Selain itu pelanggan juga merasakan adanya strategi atau upaya yang diterapkan oleh pelaku usaha sehingga cukup memudahkan jika hendak melaundry. Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan kepada pelaku usaha dan beberapa pelanggan menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha Laundry Zahra sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan sehingga pelanggan merasa puas saat laundry di Laundry Zahra .

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan kepada pelaku usaha dan beberapa pelanggan memang terjadi perubahan harga berupa kenaikan harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha Laundry Zahra. Walaupun adanya kenaikan harga tetapi pelanggan tidak merasa keberatan dengan hal ini karena kenaikan harga tersebut tidak terlalu besar dan merupakan hal wajar terutama dalam kondisi saat ini. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan kepada pelaku usaha dan beberapa pelanggan menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan cara promosi dari sebelum maupun selama pandemi, selain itu pelaku usaha juga tidak pernah memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Pelaku usaha hanya mengandalkan metode word of mouth dimana pelanggan membagikan informasi kepada calon pelanggan lain. Pelaku usaha juga hanya menggunakan aplikasi WhatsApp untuk menghubungi pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan kepada pelaku usaha dan

beberapa pelanggan didapatkan kelebihan dari Laundry Zahra yaitu bertanggung jawab, jujur, konsisten dengan pelayanan yang baik. Sedangkan untuk kelemahannya yaitu terdapat pada sistem antar jemput yang terkadang telat sehingga membuat pelanggan menunggu.

Pengoptimalan strategi pemasaran Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok pada masa pandemi, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, setelah dilakukan proses triangulasi data didapatkan bahwa upaya pengoptimalan strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha Laundry Zahra sangat sederhana, yaitu dengan menjaga agar tetap konsisten dalam menjalankan strategi yang diterapkan agar tetap berjalan dengan baik. Maka dari itu Laundry Zahra hanya melibatkan karyawan dan pemilik usaha sendiri yang menjalankan upaya pengoptimalan strategi tersebut. Sehingga tidak ada biaya tambahan yang dikeluarkan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pelaku usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok mengenai strategi pemasaran yang dilakukan selama pandemi adalah sebagai berikut: Berdasarkan hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok tidak memiliki perbedaan proses keberlangsungan usaha laundry dari sebelum dan selama pandemi. Keberlangsungan suatu usaha dapat dilakukan dengan menerapkan upaya untuk mempertahankan usahanya dan dapat menarik perhatian pelanggan. Hal ini sudah dilakukan oleh pelaku usaha Laundry Zahra yaitu dengan menerapkan upaya atau strategi memberikan layanan jasa antar jemput yang tidak dipungut biaya sama sekali. Selain itu pelaku usaha juga mencari pelanggan baru untuk mengembalikan pendapatan yang turun karena dampak pandemi. Tidak hanya menerapkan upaya dan mencari pelanggan baru, tetapi pelaku usaha juga mempertahankan citra laundry dengan memberi pelayanan terbaik bagi pelanggan dan menetapkan harga kompetitif sesuai dengan kualitas yang diberikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Rosmadi, 2021) kepercayaan pada perusahaan serta harga yang kompetitif menjadi alternatif terbaik bagi konsumen.

Hambatan atau kendala yang dialami Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok sudah jelas adanya yaitu karena dampak pandemi covid-19. Dalam menjalankan suatu bisnis pasti ada dimana kondisi tidak terduga yang harus dihadapi dan membawa dampak yang sangat mempengaruhi usaha yang sedang dijalankan seperti adanya pandemi covid-19 ini. Hal ini sesuai dengan pendapat (Alfin, 2021) terhambatnya pergerakan sektor UMKM ini sangatlah signifikan. Ditengah pandemi covid-19 saat ini, konsumen lebih berhati-hati dalam menggunakan barang maupun jasa yang berakibat terjadinya penurunan kepercayaan konsumen terhadap barang maupun jasa yang dijual oleh pelaku usaha (Hardilawati, 2020).

Pemecahan masalah menurut Robert L. Solso dalam (Mawaddah & Anisah, 2015) suatu pemikiran yang terarah secara langsung untuk menentukan solusi atau jalan keluar untuk suatu masalah yang spesifik. pelaku usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok langkah yang diambil dalam upaya pemecahan masalah sudah tepat terlebih dalam kondisi seperti saat ini. Pelaku usaha Laundry Zahra mengambil beberapa langkah seperti meningkatkan kualitas pelayanan dari kebersihan sampai kerapian, mencari pelanggan baru, serta menerapkan strategi untuk mempertahankan usahanya.

Pada sebuah perusahaan, kebutuhan sumber daya manusia merupakan alat yang penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Jika tidak ada sumber daya manusia, maka perusahaan tidak dapat menjalankan aktivitas perusahaan (Saleh, Veza, Setyabudhi, & Arifin, 2021). Berdasarkan hasil wawancara selama pandemi berlangsung, pelaku usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok tidak pernah melakukan PHK terhadap karyawan tetapi ada salah satu karyawan yang mengundurkan diri karena kesehatannya yang menurun terlebih lagi kondisi saat itu sangat sensitif. Dalam pengelolaan karyawan pelaku usaha Laundry Zahra menjaga hubungan baik terutama pada komunikasi antara pemilik dengan karyawan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan. Pelaku usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok harus menekankan dalam perekrutan karyawan untuk meminimalisasi hal yang tidak diinginkan terjadi. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Lestari S. , 2015) bahwa perekrutan karyawan merupakan masalah yang paling penting dalam menjalankan suatu bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian di Laundry Zahra melalui wawancara dengan pelaku usaha bahwa kinerja dari karyawan maupun pelaku usaha itu sendiri sudah dibidang cukup efektif dalam mencapai target. Namun adakalanya dimana karyawan maupun pelaku usaha memaksimalkan

waktu yang ada untuk mencapai target lebih banyak dengan kata lain mereka melakukan lembur dengan waktu bekerja lebih lama dibanding biasanya. Selain meningkatkan pengawasan dan pembinaan, juga dilakukan penilaian terhadap tingkat keberhasilan kinerja yang telah dilakukan oleh para pegawai melalui pemimpin yang cakap memimpin instansi tersebut (Waruwu, 2018). Perubahan adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari karena kuatnya dorongan eksternal disertai dengan adanya kebutuhan internal (Arifah, 2020). Perubahan perilaku konsumen Laundry Zahra ini terjadi karena dampak pandemi covid-19 yang terjadi saat ini yang membuat pola pikir masyarakat berubah dan lebih sensitif. Tindakan para konsumen ini bersifat dinamis dan menyesuaikan dengan lingkungannya. Adanya pandemi ini membuat para konsumen yang awalnya melaundry tetapi sekarang lebih memilih mencuci sendiri pakaian mereka. Adanya perubahan perilaku konsumen, membuat pelaku usaha atau perusahaan harus menyesuaikan segala sesuatu yang diinginkan konsumen sehingga mereka akan mengubah berbagai ketentuannya (Rohmah, 2020).

Pembukuan atau laporan keuangan merupakan suatu kegiatan mencatat berbagai macam transaksi keuangan seperti pembelian, penjualan, pendapatan, dan pengeluaran oleh perseorangan maupun kelompok atau organisasi (Susanti & Khabibah, 2021). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pelaku usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok bahwa pencatatan yang dilakukan oleh pelaku usaha digunakan untuk mencatat penghasilan setiap bulannya. Sedangkan untuk transaksi dan pengeluaran tidak dicatat. Hal ini dikarenakan pelaku usaha belum mengetahui dan menguasai terkait informasi akuntansi. Menurut (Wahyudi, 2015) Informasi akuntansi merupakan informasi yang penting dalam perencanaan pengendalian kegiatan perusahaan.

Demi keberlangsungan usaha, pelaku usaha Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok tentunya memiliki strategi sendiri untuk mempertahankan usaha yang sedang dijalankannya. Sesuai dengan pendapat (Alfin, 2021) bahwa hal ini tentunya harus segera diatasi dengan menciptakan berbagai macam strategi yang dapat membantu keberlangsungan UMKM agar tetap berproduksi dan tidak tutup. Strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha Laundry Zahra pun beragam seperti Meningkatkan pelayanan, Menjaga hubungan baik dengan pelanggan, Mencari pelanggan baru, Menyediakan layanan jasa antar jemput secara gratis, Bertanggung jawab dan Jujur. Peningkatan pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh pelaku usaha, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & R, 2019) bahwa peningkatan kualitas layanan dan produk UMKM dapat menimbulkan pengaruh positif dan dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu dengan metode promosi Word of mouth yang membuat usaha Laundry Zahra tetap dapat bertahan dimasa pandemi seperti saat ini. Menurut Wulandari dalam (Artanti & Adinugraha, 2020) Pemasaran dari mulut ke mulut atau word of mouth (WOM) merupakan usaha strategi pemasaran dimana konsumen mempromosikan, merekomendasikan produk, membicarakan produk, dan menjual produk/jasa yang telah dicoba kepada konsumen lainnya.

Upaya pengoptimalan yang dilakukan oleh pelaku usaha Laundry Zahra sangat sederhana dan tidak melibatkan pihak luar dan juga tidak mengeluarkan biaya. Mengingat strategi yang digunakan yaitu meningkatkan kualitas pelayanan, bertanggung jawab, jujur, dan juga menyediakan layanan jasa antar jemput secara gratis jadi hanya membutuhkan upaya sederhana untuk pengoptimalan yaitu berupa konsisten. Sedangkan dalam suatu usaha konsisten itu perlu dilakukan untuk mempertahankan apa yang sudah dijalankan agar tidak goyah terutama dalam kondisi yang tidak terduga.

KESIMPULAN

Kelangsungan proses bisnis jasa Laundry Zahra Kanagarian Saok Laweh Kecamatan Kubung Kabupaten Solok pada masa pandemi melalui beberapa proses kegiatan yang dilakukan seperti melakukan pembukuan dan juga mengalami beberapa kendala. Proses yang dilakukan untuk kelangsungan usaha hampir tidak ada perbedaan antara kondisi sebelum maupun selama pandemi terjadi. Mulai dari jam kerja karyawan tidak terjadi perubahan sedikitpun.

Pada masa pandemi ini pelaku usaha Laundry Zahra mengalami kendala yang mengharuskan pelaku usaha memutar otak untuk tetap mempertahankan usahanya. Maka dari itu pelaku usaha

membuat beberapa strategi untuk mempertahankan usahanya. Strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha Laundry Zahra pun beragam seperti Meningkatkan pelayanan, Menjaga hubungan baik dengan pelanggan, Mencari pelanggan baru, Menyediakan layanan jasa antar jemput secara gratis, Bertanggung jawab dan Jujur.

Agar strategi pemasaran tersebut berjalan sesuai yang diharapkan maka pelaku usaha harus mempertahankan konsistensi terhadap semua yang dilakukan untuk bertahannya usaha yang dijaankan agar tidak mengecewakan pelanggan seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kebersihan dan kerapian, menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan.

REFERENSI

- Ainullia, U., & Narimo, S. (2017). Efektivitas Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Matematika Berbasis Konstruktivisme di Sekolah Menengah Pertama. *Varia Pendidikan* , 158-167.
- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian* , Vol.1 No.8 , 1543-1552.
- Arifah, N. (2020). Manajemen Perubahan Dalam Mewujudkan Madrasah Berprestasi. *Muróbbî: Jurnal Ilmu Pendidikan* , Volume 4, Nomor 1, 58-70.
- Artanti, A., & Adinugraha, H. H. (2020). Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Produk Home Industri Mie Eblek Desa Kasepuhan). *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi* , vol. 3 no. 2 , 224-235.
- Asmita, D., & Erianjoni. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan* , Vol. 2, No. 2, 91-96.
- Dr. Farida Nugrahani, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* . Surakarta: Solo Cakra Books.
- Gumilang, G. S. (2016). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling* , Volume 2 No. 2, 144-159.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* , Vol. 10 No. 1, 90-98.
- Hastuti, S., Padmawati, M. Y., & Harsono. (2019). Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Mahasiswa. *Seminar Nasional Pendidikan Pengembangan Kualitas Pembelajaran Era Generasi Milenial* , 86-91.
- Lestari, S. P., & R, K. A. (2019). The Effect Of Product Quality Toward Interest In Buying Umkm Products In Tasikmalaya City. *Jurnal JOBS* , Vol. 5, No.2, 95-102.
- Lestari, S. (2015). Pengelolaan Diversitas Karyawan Dalam Membangun Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Fokus Bisnis* , Volume 14, No 01, 1-7.
- Mawaddah, S., & Anisah, H. (2015). Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa Pada Pembelajaran Matematika Dengan Menggunakan Model Pembelajaran Generatif (Generative Learning) Di SMP. *EDU-MAT Jurnal Pendidikan Matematika* , Volume 3, Nomor 2, 166-175.
- Purnama Lubis, R. R. (2015). Analisis Swot Keberhasilan Usaha Kampus Laundry Mahasiswa Penerima Pmw Untan Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* , Vol.4, No.9, 1-12.
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian* , Vol.1 No.7 , 1373- 1378.
- Rosmadi, M. L. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* , Vol 4 No 1 , 122-127.
- Saleh, I., Veza, O., Setyabudhi, A. L., & Arifin, N. Y. (2021). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Hotel Studi Kasus Hotel Rezeki Batam, Nagoya Mansion Hotel, Hotel ZIA Boutique dan Asia Link Hotel. *Economic and Business Management International Journal* , Vol. 3, No. 3, 78-85.
- Sari, D. M. (2016). Analisis Permasalahan-Permasalahan Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Jasa Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi dan Perencanaan Pembangunan* , Volume VI Nomor 03, 60-71.
- Shinta, F. (2018). Kajian Fast Fashion Dalam Percepatan Budaya Konsumerisme. *Jurnal Rupa* , Vol. 03. No. 01, 61-76.

-
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat* , Volume 1, Nomor 2, 36-50.
- Susanti, R. N., & Khabibah, N. A. (2021). Implementasi Pencatatan Laporan Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada Sentra Ukm Kopitas Di Kabupaten Temanggung). *Jurnal Syntax Transformation* , Vol. 2 No. 4, 525-531.
- Wahyudi, T. N. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Manajer Pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Tengah. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* , 46-57.
- Waruwu, S. (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi Dan Kepemimpinan Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia JENIUS* , Vol. 1, No. 3, 281-289.