

PENERAPAN E-COMMERCE, INOVASI PRODUK DAN PENINGKATAN KUALITAS TEMPAT USAHA KUE APEM SELONG DAN PUTU DAHLOK DI KABUPATEN JEMBER

Sumadi^{#1}, Rahma Rina Wijayanti^{#2}, Oryza Ardhiarisca^{#3}, Rediyanto Putra^{*4}

^{#1,2,3}*Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember
Jl. Mastrip Kotak Pos 164 Jember, Jawa Timur*

¹rahma@polije.ac.id

²oryza_risca@polije.ac.id

³. madidhea57@gmail.com

^{*4}*Jurusan Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang No. 2 Kota Surabaya, Jawa Timur*

³rediyantoputra@unesa.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini dilakukan pada Usaha Kue Apem Selong dan Putu Dahlok yang terdapat di Kabupaten Jember. Program pengabdian ini dilakukan karena usaha agar dapat memecahkan masalah dari usaha kue apem selong dan putu dahlok yang ada di Kabupaten Jember yaitu terkait kualitas tempat usaha, pemasaran, dan inovasi produk. Permasalahan tersebut semakin tak terkontrol ketika adanya himbuan *social distancing* dan penutupan ruas jalan menuju Alun-alun kota akibat dari menyebarnya wabah Covid-19. Pengabdian ini memberikan perbaikan kualitas sarana dan prasarana seperti meja, kursi, dan tenda untuk pengunjung agar memberikan kenyamanan. Serta diberikan fasilitas cuci tangan untuk memutus mata rantai penyebaran virus covid-19. Selain itu, juga dilakukan pembuatan dan pelatihan e-marketing seperti facebook dan instagram, dan diharapkan UKM ini dapat menggunakan media ini sehingga dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk. Dalam kegiatan pengabdian ini, tim juga melakukan pembuatan inovasi produk untuk meningkatkan penjualan UMKM serta dapat meningkatkan daya tahan tubuh konsumen.

Kata Kunci— e-marketing, perbaikan tempat usaha, inovasi produk

I. PENDAHULUAN

Penyebaran wabah covid-19 sudah merata di seluruh Indonesia. Hal ini berdampak pada berbagai segmen kehidupan, mulai dari segi ekonomi, sosial, kesehatan, pendidikan, dan keamanan. Salah satu yang terkena dampak ekonomi adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM menjadi tidak berjalan optimal bahkan ada yang berhenti di tempat. UMKM menghadapi penurunan penjualan dan produksi [1]. Kondisi ini, semakin memberatkan UMKM dengan adanya respon pemerintah dengan mengeluarkan aturan, himbuan dan kebijakan seperti *social* dan *physical distancing*. Tujuan dari himbuan ini adalah untuk memutuskan tali penyebaran virus tersebut. Di Kabupaten Jember, Bupati memberikan aturan dalam hal pembatasan jam operasional pasar dan penutupan jalan di sekitar alun-alun kota ketika hari Sabtu dan Minggu mulai tanggal 28 Maret 2020 [2].

Dampak Covid-19 ini juga mengenai UMKM Apem Selong dan Putu Dahlok. Sejak tahun 1958, UMKM ini didirikan oleh Bapak Parno dan istri. Usaha ini merupakan usaha turun temurun yang saat ini telah dikelola oleh Ibu Prihatiningsih. Usaha ini

beroperasi pada hari Senin sampai Sabtu mulai pukul 18.00 sampai 23.00 WIB. Namun, saat ini dengan adanya wabah Covid-19, penurunan penjualan dialami oleh UMKM. Salah satu penyebabnya adalah adanya pembatasan jalan yang berdampak pada sepi penjualannya.

UMKM ini memiliki empat orang pegawai yaitu Ibu Prihatiningsih, Bapak Gatot, Bapak Yon dan Ibu Warda. Ibu Prihatiningsih memiliki tanggung jawab dalam proses pembuatan apem selong. Bapak Gatot memiliki tanggung jawab dalam proses pembuatan putu ayu. Bapak Yon memiliki tanggung jawab untuk menyiapkan sarana prasarana. Dan Ibu Warda memiliki tanggung jawab dalam membeli bahan produksi.

UMKM ini memproduksi apem selong dan putu dahlok dengan berbagai varian rasa. Terdapat 4 jenis varian apem selong yaitu original, coklat, keju, dan nangka. Sedangkan untuk apem selong hanya terdapat dua varian rasa yaitu original dan gula merah. Harga yang dibandrol untuk apem selong adalah Rp1.500 sampai Rp2.000,-. Sedangkan untuk putu ayu dibandrol dengan harga Rp1.000,- harga yang ditawarkan sangat kompetitif sehingga UMKM

ini masih memiliki pelanggan yang setia di tengah semakin berkembangnya produk kekinian. Namun hal ini perlu ditingkatkan kembali dengan meninjau kondisi saat ini. Produk yang ditawarkan memang telah bervariasi tapi belum memiliki nilai yang sesuai dengan kondisi saat ini. Oleh karena itu perlu dilakukan inovasi produk yang dapat meningkatkan penjualan seperti inovasi produk berbahan dasar herbal yang mampu meningkatkan imunitas di tengah pandemi.

Kemasan produk dari apem selong dan putu ayu berbahan daun dan dilapisi koran. Hal ini tentu tidak higienis karena koran tidaklah baik jika digunakan untuk membungkus makanan. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan kemasan produk menjadi kemasan yang menarik dan higienis.

Masalah yang selanjutnya adalah terkait lingkup pemasaran produk. Produk yang dijual mitra kurang memiliki pasar yang luas. Hal ini dikarenakan mitra hanya menjual produknya di tempatnya berjualan, sehingga peningkatan jumlah konsumen yang dimiliki relatif lama. Konsumen yang datang pada mitra mayoritas adalah konsumen-konsumen lama. Ada juga beberapa orang yang tidak mengetahui bahwa mitra menjual produk putu dan hanya menjual produk apem, sehingga tidak diikuti pada beberapa even besar yang pernah dilakukan di Jember. Ditambah lagi, dengan adanya penyebaran wabah Covid 19 telah terjadi penurunan penjualan. Hal ini yang kemudian menjadi masalah yang perlu untuk diselesaikan melalui program pengabdian ini.

UMKM ini belum memiliki tempat menunggu yang kurang layak. Hanya terdapat kursi plastik yang sudah udang. Hal ini perlu diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Selain itu belum terdapat tempat mencuci tangan untuk mencegah penyebaran virus corona. Hal ini sangat urgent untuk dilaksanakan untuk dapat membantu memutus mata rantai dari penyebaran virus corona.

Kegiatan PkM ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan perkembangan dari usaha Apem Selong dan putu Dahlok Jember dari segi tempat usaha, pemasaran, kebersihan dan produk. Dengan demikian, usaha Apem Selong dan Putu Dahlok ini bisa lebih optimal dalam memperoleh keuntungan. Adapun tujuan dari PkM ini secara lebih detail adalah sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kualitas lokasi usaha agar dapat menyediakan tempat yang nyaman dan aman bagi mitra ataupun konsumen.
- 2) Peningkatan lingkup pemasaran agar lebih banyak calon konsumen baru yang mengetahui produk mitra dan dapat dilakukan penjualan online, sehingga omset yang dihasilkan setiap bulan juga dapat meningkat.

- 3) Peningkatan variasi produk mitra yang dapat dinikmati oleh konsumen, termasuk salah satunya tambahan jahe yang dapat meningkatkan stamina di masa Covid-19 sehingga produk lebih eksis dan terus berkembang sertamenambah daya tarik konsumen kepada produk mitra.
- 4) Peningkatan fasilitas kebersihan yaitu tempat mencuci tangan dengan air mengalir dan sabun agar mitra mampu menjaga diri dan konsumen dari penyebaran wabah Covid 19.

II. TARGET DAN LUARAN

Target pengabdian perlu untuk dibuat agar mengetahui tingkat keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tabel 1. mendeskripsikan target yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Tabel 1. Target Pengabdian

No.	Target Capaian	Kriteria	
		Berhasil	Gagal
1.	Perbaikan kualitas tempat usaha mitra	Mitra memiliki tempat usaha yang lebih baik, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha dari mitra	Mitra memiliki tempat usaha yang lebih baik, namun tidak terjadi perubahan pada efisiensi dan efektivitas usaha mitra
2.	Tersedianya media pemasaran online untuk mitra (peningkatan aspek pemasaran)	Mitra memiliki media pemasaran online untuk menjalankan usahanya dan mampu mengoperasikan dengan baik.	Mitra memiliki media pemasaran online untuk menjalankan usahanya, namun tidak mampu mengoperasikan media tersebut dengan baik.
3	Tersedia tempat cuci tangan (penanganan Covid-19)	Mitra memiliki tempat cuci tangan untuk mengantisipasi penyebaran Covid 19	Mitra tidak memiliki tempat cuci tangan untuk mengantisipasi penyebaran Covid 19
4	Tersedia Inovasi produk	Mitra memiliki inovasi produk yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh	Mitra tidak memiliki inovasi produk yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh

Output dari kegiatan ini adalah produk dan luaran yang diharapkan dapat dijadikan suatu sumber referensi, sumber pengetahuan dan sumber informasi. Produk dan luaran dari yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain:

1. Satu artikel ilmiah yang dipublikasikan pada prosiding seminar nasional
2. Satu artikel yang dipublikasikan pada media cetak/elektronik.

3. Video pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat
4. 1 poster pengabdian

III. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Usaha Apem Selong dan Putu Dahlok. Usaha ini berlokasi di Jalan Fatahillah Jember. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menerapkan konsep *marketing mix* sehingga dapat meningkatkan daya saing mitra. Hal ini berdampak pada kesejahteraan mitra.

Terdapat tiga jenis kepakaran yang dimiliki oleh ketua dan anggota pelaksana program dalam menyelesaikan permasalahan mitra, manajemen pemasaran, akuntansi dan manajemen agribisnis. Kegiatan ini dibantu oleh dua orang mahasiswa dari Program Studi Akuntansi Sektor Publik. Hal ini bertujuan agar terjadi integrasi yang baik dalam pelaksanaan kegiatan program pengabdian. Tabel 2 mendeskripsikan uraian tugas dari masing-masing individu dalam program kemitraan masyarakat adalah sebagai berikut:

TABEL 2. URAIAN TUGAS PELAKSANAAN PENGABDIAN

Nama	Posisi	Tugas
Dr. Sumadi, SE, MM	Ketua	<ul style="list-style-type: none"> • Menjalin hubungan kerjasama dan koordinasi dengan mitra • Melakukan pengawasan terhadap setiap pelaksanaan kegiatan program pengabdian • Melakukan evaluasi terkait praktik pemilihan strategi pemasaran yang akan digunakan oleh mitra.
Rahma Rina Wijayanti, SE., MSc. Ak	Anggota I	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat e- marketing untuk usaha mitra • Membuat laporan kemajuan dan Laporan akhir pengabdian
Oryza Ardhiarisa, SE, S.Si, M.ST	Anggota II	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu pelaksanaan perbaikan kualitas tempat usaha • Melakukan pembuatan inovasi produk • Membuat laporan penggunaan keuangan • Membuat poster
Rediyanto Putra, SE, M.SA.	Anggota III	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pelatihan e- marketing
Mahasiswa	Pendukung	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu proses dokumentasi

Terdapat lima metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu survei lapang, ceramah, renovasi, pelatihan, dan diskusi. Berikut merupakan penjelasan dari sistematika metode

kegiatan pengabdian:

1. Survei Lapangan

Survei ini dilakukan dengan mengunjungi secara langsung lokasi tempat mitra melakukan bisnis. Tujuannya adalah untuk lebih mendalami bagaimana proses bisnis mitra untuk dapat menciptakan program yang sesuai dengan kondisi mitra.

2. Ceramah

Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan dan menumbuhkan motivasi bagi mitra untuk memiliki keinginan melakukan perbaikan usaha yang meliputi perbaikan sarana dan prasarana, melakukan proses bisnis secara digital.

3. Renovasi

Metode ini dilakukan untuk menciptakan tempat usaha yang lebih baik dari usaha mitra yang sudah jalan. Renovasi akan dilakukan secara sederhana yaitu memperbaiki tenda dagang dan fasilitas menunggu yang nyaman. Tujuannya adalah agar mitra dapat melakukan usaha secara lebih efisien dan efektivitas, sehingga dapat memperoleh keuntungan yang optimal.

4. Pelatihan

Metode pelatihan ini dilakukan terkait pengoperasian e-marketing dari usaha mitra. Tujuannya agar setelah program pengabdian selesai mitra dapat mengoperasikan e-marketing yang sudah dibuat secara maksimal. Selain itu juga dilaksanakan pembuatan inovasi produk yaitu putu rasa jahe dan apem rasa jeruk. Hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan daya tahan tubuh konsumen di tengah pandemi.

5. Diskusi

Metode yang terakhir adalah metode diskusi. Metode ini dilakukan untuk melakukan sharing mengenai hal-hal yang belum dipahami oleh mitra dari program pengabdian yang telah dilakukan. Selain itu, metode ini dapat menjadi evaluasi bagi mitra mengenai dampak jangka pendek dari program pengabdian yang telah berjalan.

IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Kegiatan pengabdian masyarakat yang ada di Politeknik Negeri Jember berada di bawah tanggung jawab Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian ini memberikan inovasi program dan juga kegiatan dengan tujuan meningkatkan peran lembaga dan dosen dalam berkontribusi kepada masyarakat. Hal ini diharapkan agar dosen terus melakukan kegiatan pengabdian yang tepat guna serta inovatif. Kepakaran dosen perlu dalam menyelesaikan permasalahan mitra. Permasalahan yang dialami mitra terkait pemasaran, inovasi produk dan kualitas tempat usaha. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh empat orang dosen dengan kepakaran yang berbeda, yaitu akuntansi, agribisnis, dan manajemen pemasaran. Saat ini, tim

pelaksana kegiatan pengabdian ini aktif mengajar sebagai dosen di Program Studi Akuntansi Sektor Publik Politeknik Negeri Jember dan Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya .

V. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Terdapat empat tahapan pelaksanaan dalam kegiatan ini yang akan dijelaskan pada Tabel 3:

Tabel 3. Rincian Jadwal Pelaksanaan Pengabdian

Tanggal	Kegiatan	Tempat
28 Juli, 10 Agustus 2020	Pembelian peralatan	UD Aries Jaya
10 - 11 Agustus 2020	Perbaikan Tempat Usaha	Usaha Apem Selong dan Putu Dahlok
25-31 Agustus 2020	Pembuatan e-marketing	Usaha Apem Selong dan Putu Dahlok
2 September 2020	Pembuatan inovasi produk	Usaha Apem Selong dan Putu Dahlok
18 September 2020	Penyerahan Alat	Usaha Apem Selong dan Putu Dahlok

Perbaikan Tempat Usaha dan Tempat Cuci Tangan

Solusi yang pertama adalah perbaikan kualitas usaha mitra. Hal ini dikarenakan mitra memiliki masalah terkait tempat usaha dan peralatan yang dimiliki untuk menjalankan usaha. Perbaikan tempat usaha mitra dilakukan melalui merenovasi tempat usaha mitra. Hal ini ditujukan agar mitra dan konsumen lebih nyaman berada pada tempat tersebut, sehingga harapannya adalah untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, PkM ini akan melakukan renovasi terhadap tempat usaha mitra. Adapun yang akan dilakukan adalah: penambahan payung tenda, ruang tunggu yang nyaman dengan meja dan kursi, serta adanya tempat cuci tangan. Berikut merupakan dokumentasi kegiatan perbaikan kualitas usaha:



Gambar 1. Perbaikan Kualitas Usaha

Digital Marketing

Kegiatan pengabdian selanjutnya adalah digital marketing pada usaha mitra. Solusi ini diberikan

untuk memperluas jaringan pemasaran yang dimiliki oleh usaha Apem Selong dan Putu Dahlok, sehingga bisa semakin dikenal tidak hanya di Kabupaten Jember, namun juga di luar daerah Jember. Dengan demikian, diharapkan jumlah konsumen dari produk kopi yang dihasilkan oleh kelompok usaha tani kopi Sumber Kembang bertambah.

Solusi ini sudah selayaknya untuk diberikan kepada mitra mengingat usaha Apem Selong dan Putu Dahlok ini sudah dilakukan selama kurang lebih 64 tahun, sehingga sudah waktunya bagi usaha ini untuk menerapkan teknologi untuk memperluas jaringan usaha yang dimiliki. Hal ini dikarenakan *digital marketing* muncul karena adanya teknologi yang saat ini telah semakin berkembang. Digital marketing ini menyebabkan terjadinya peningkatan dan perubahan pada preferensi konsumen, promosi merek, pemeliharaan konsumen, dan volume penjualan. Digital marketing merupakan penciptaan, pengkomunikasian, dan penyampaian nilai-nilai pada konsumen dan pihak lainnya dengan menggunakan fasilitas teknologi digital [3].

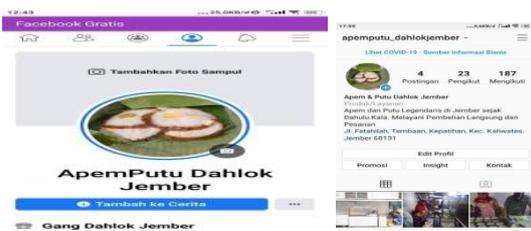
Solusi digital marketing yang akan diterapkan pada usaha mitra ini adalah dengan memanfaatkan internet dengan menggunakan media sosial dan website. Media sosial yang akan dijadikan sebagai sarana pemasaran online adalah instagram dan facebook, sedangkan website yang digunakan sebagai media pemasaran online adalah berupa blogspot. Pada media sosial dan website tersebut pada akhirnya akan dapat menampilkan dan menyajikan mengenai jenis-jenis produk apem selong dan putu yang dijual oleh mitra. Deskripsi produk yang akan ditampilkan adalah terkait variasi rasa dan harga jual untuk setiap produk. Deskripsi produk ini juga akan disertai dengan foto-foto asli produk, sehingga konsumen atau calon konsumen bisa mengetahui bagaimana bentuk produk yang dijual. Digital marketing ini juga akan menyajikan informasi-informasi lainnya terkait usaha mitra seperti lokasi, waktu, dan nomor kontak yang bisa dihubungi. Dengan demikian, diharapkan media ini bisa mendatangkan konsumen-konsumen potensial baru bagi mitra.

Solusi ini akan dapat berjalan maksimal melalui peran aktif mitra dalam mengelola media digital marketing yang telah disediakan pada program pengabdian ini. Oleh karena itu, program pengabdian ini juga akan melakukan pelatihan bagi mitra untuk bisa mengoperasikan media pemasaran digital yang telah dibuat. Hasil pelatihan ini itu diharapkan dapat membuat mitra mampu untuk mengoperasikan, mengelola, dan mengedit media pemasaran digital yang telah disediakan. Hal ini dikarenakan admin untuk membuat media pemasaran digital tersebut terus aktif dan berkembang adalah pihak internal dari mitra pada

pengabdian ini. Oleh karena itu, mitra harus dipastikan telah memiliki keahlian yang cukup untuk bisa mengelola media pemasaran digital yang telah ada. Laman media pemasaran UMKM Apem selong yaitu <https://www.facebook.com/apem.jember> dan https://www.instagram.com/apemputu_dahlokjember/. Berikut merupakan dokumentasi kegiatan pelatihan dan media pemasaran yang telah dibuat:



Gambar 2. Pelatihan e-marketing



Gambar 3. Media Pemasaran

Inovasi Produk

Solusi terakhir yang diberikan pada pengabdian ini adalah pembuatan inovasi pada produk yang sudah ada. Mitra memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya melalui pengembangan jenis produk yang dijual terutama pada produk putu. Mitra ingin untuk membuat produk putu dengan isian baru yaitu berupa ikan, ayam, dan daging. Oleh karena itu, program pengabdian ini berusaha untuk membantu mewujudkan keinginan mitra tersebut melalui pemberian fasilitas untuk mitra dapat

melakukan percobaan pembuatan produk tersebut.

Pembuatan inovasi pada produk yang dimiliki oleh mitra dipandang sangat perlu untuk meningkatkan kualitas usaha mitra. Hal ini dikarenakan adanya inovasi produk yang belum dimiliki oleh pesaing merupakan nilai tambah yang bisa dimiliki oleh mitra untuk menarik konsumen. Inovasi produk dapat meningkatkan alternatif pilihan dan manfaat yang diterima pelanggan sehingga mampu meningkatkan kualitas produk yang diharapkan oleh pelanggan [4].

Inovasi yang dilakukan selanjutnya selain menambahkan varian baru dalam isian produk putu dahlok juga melalui penambahan bahan-bahan rempah-rempah yang dapat menambah imunitas tubuh selama masa wabah Covid-19. Adapun bahan yang ditambahkan dalam produk putu itu adalah seperti putu jahe dan apem jeruk yang dideskripsikan pada Gambar 4. Dengan demikian, diharapkan konsumen dapat mendapatkan produk putu yang lebih bermanfaat selama masa pandemi Covid-19.



Gambar 4. Pembuatan Produk Inovasi

Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga melakukan perbaikan kemasan apem selong dan putu dahlok. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk. Kemasan produk bersal dari dus yang dilapisi daun sehingga tetap memberikan cita rasa tradisional namun tetap higienis. Dan juga diberikan stiker yang dapat menarik minat konsumen yang disertai dengan kontak dari penjualan sehingga sekaligus dapat meningkatkan pemasaran produk. Contoh kemasan dideskripsikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Kemasan Produk

Assesment

Kegiatan pengabdian ini memeberikan dampak positif kepada mitra. Hal ini ditunjukkan oleh penggunaan peralatan yang telah diberikan sangat

membantu kegiatan mitra. Adanya keberadaan perbaikan kualitas tempat usaha dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Selain itu, dengan adanya e-marketing, usaha tersebut dapat memasarkan produknya secara lebih luas. Adanya inovasi produk diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Hal ini disebabkan inovasi produk tersebut dapat meningkatkan daya tahan tubuh di tengah pandemi seperti saat ini.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengabdian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa mitra telah memperoleh manfaat yang diharapkan dari adanya perbaikan fasilitas menunggu yang terdiri dari meja, kursi dan tenda payung.. hal ini dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen yang membeli produk baik untuk dimakan di tempat ataupun di bawa pulang. Mitra telah diberikan pelatihan terkait e-marketing, Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pemasaran terhadap produk apem selong dan putu dahlok. Hal yang utama yang telah dilaksanakan pada kegiatan pengabdian ini adalah tersedianya fasilitas cuci tangan yang bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran virus covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nurhidayat, L.T. P. 2020. Pengaruh Covid-19 Terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia. <https://sukabumiupdate.com/detail/bale-warga/opini/67200-Pengaruh-Covid-19-Terhadap-Pertumbuhan-UMKM-di-Indonesia> (diakses: 16 April 2020).
- [2] Kompas TV. 2020. Jalan Kota dan Pasar Tradisional di Tutup. <https://www.kompas.tv/article/73947/jalan-kota-dan-pasar-tradisional-ditutup-terbatas> (diakses: 16 April 2020)
- [3] Kannan, P. K., & Hongshuang, L. 2016. Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*
- [4] Prajogo, D. & Sohal, A. 2003. The Relationships between TQM Practices, *Quality Performance, and Innovation Performance. International Journal of Quality and Reliability Management.*