



Strategi Pemasaran Nasi Boran Dalam Memperluas Pasar Pada Kondisi Pandemi Covid 19 (Studi Pada Penjual Nasi Boran Di Kota Lamongan)

Anak Ageng Bagas Putra Dewangga¹, Nurita Andriani²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:
Diterima: 2022
Diperbaiki: 2022
Disetujui: 2022

Keywords:
Marketing Strategy, Boran rice, Analysis SWOT, MSMEs

Abstract

The development of the MSME sector has an important meaning in encouraging economic growth and reducing poverty in a country. One of the SMEs in Lamongan is Nasi Boran. Nasi Boran is a traditional food that has become a Micro Small Medium Enterprise (UMKM) which has become a hereditary business for the Lamongan community, especially those from Kaotan village, Sumberjo, Lamongan. The existence of the COVID-19 pandemic has an impact on the level of sales of Nasi Boran SMEs in Lamongan City which has decreased. The purpose of this study is to describe and formulate the right marketing strategy for selling Nasi Boran with a SWOT analysis approach. This study uses a purposive sampling technique by interviewing five related sources, namely the Nasi Boran seller and also one of the buyers whom the researcher happened to meet to buy boran rice as complementary data (secondary data). The results of the SWOT analysis obtained the IFAS value of 2.77 while the EFAS value of 2.16. Thus, if drawn with the SWOT Analysis Diagram, Nasi Boran UMKM is in quadrant 1 (positive, positive) where quadrant 1 is a very profitable situation. The result of choosing a competitive strategy using the SWOT Matrix is to maintain the existing market by maintaining product quality, service and also location cleanliness in order to obtain customer satisfaction. Optimizing marketing through social media to minimize the decline in purchases during the Covid 19 pandemic season.

✉ Penulis Korespondensi*

Nurita Andriani

Email:

nurita.andriani@trunojoyo.ac.id

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2797-0167

DOI :

Citation : Dewangga, Anak Ageng Bagas Putra & Nurita Andriani (2022), Strategi Pemasaran Nasi Boran Dalam Memperluas Pasar Pada Kondisi Pandemi Covid 19 (Studi Pada Penjual Nasi Boran Di Kota Lamongan). Jurnal Kajian Ilmu Manajemen, 2 (1), hlm. 50-58

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik mengungkapkan perkembangan ekonomi suatu negara dapat diukur dengan pertumbuhan ekonomi yang menunjukkan pertumbuhan produksi barang dan jasa di suatu bidang ekonomi tertentu dalam kurun waktu tertentu. produksi diukur berdasarkan konsep nilai tambah yang diciptakan oleh berbagai sektor ekonomi di daerah, dan secara umum disebut sebagai Produk Domestik Bruto . Meski kecil dari segi pekerja, aset dan omzet, namun karena jumlah penduduk yang besar, peran UKM dalam mendukung perekonomian menjadi sangat penting. Berdasarkan data yang diperoleh dari layanan promosi produk IKM 2018, usaha kecil menengah dan kecil merupakan tulang punggung perekonomian Jawa Timur.

Pertumbuhan yang cukup pesat pada UMKM adalah salah satunya di sektor kuliner. Hal tersebut terbukti semakin banyaknya usaha kuliner bermunculan di setiap daerah, dari yang kecil , hingga yang besar , dan dari kuliner khas nusantara ataupun yang kuliner modern. Perubahan pola gaya hidup masyarakat serta dorongan dari pemerintah terhadap pariwisata dan ekonomi kreatif, merupakan faktor utama yang mendorong usaha kuliner ini berkembang pesat selama lima tahun terakhir ini. Perkembangan yang pesat pada usaha kuliner khususnya di kuliner khas suatu daerah membuat makanan khas daerah dapat ditemukan di daerah lain, mungkin dulu makanan daerah hanya diproduksi dan dipasarkan di daerah itu sendiri, maka sekarang di era milenial makanan khas daerah bisa diproduksi dan dipasarkan didaerah lainnya, Seperti halnya makanan khas kota Lamongan, seperti soto Lamongan, tahu campur, tahu tek, pecel lele, dan sebagainya, yang sekarang dapat diproduksi dan dipasarkan hampir diseluruh daerah kabupaten/kota di Indonesia.

Namun, dari beberapa kuliner khas Lamongan yang ada terdapat satu kuliner yang hanya diproduksi dan dijual dikabupaten Lamongan, yakni Nasi Boran. Pada dasarnya Nasi Boran sama seperti makanan pada umumnya, Nasi Boran adalah makanan tradisional Kota Lamongan yang menunya terdiri dari nasi dan dengan pilihan berbagai macam lauk-pauk yang menjadi ciri khas dari Lamongan, penyajian makanan ini biasanya menggunakan daun pisang dan kertas koran yang dibentuk kerucut sehingga nampak sangat sederhana, dibalik kesederhanaan ini terdapat cita rasa yang sangat nikmat yang belum tentu bisa kita temui di luar Kota Lamongan. Jenis makanan ini dinamakan nasi boran karena biasanya dijual oleh penjualnya dengan menggunakan boran yang digendong di punggung dan diikat dengan gendongan. Boran sendiri merupakan wadah nasi besar yang terbuat dari anyaman bambu rapat.

Hampir di setiap tempat atau pinggir jalan, banyak sekali penjual yang menjual nasi boran ini dengan lesehan. Nasi Boran biasanya dijual dengan harga yang relatif murah, tergantung menu yang Anda pesan. Melalui serapan tenaga kerja sebesar itu maka bila sektor UMKM terganggu akan berdampak pada masyarakat yang banyak kehilangan pekerjaan. Fakta tersebut dibuktikan dari adanya pemutus hubungan kerja , yang terjadi di mana-mana.

Termasuk krisis yang berdampak pada kelangsungan bisnis UMKM. Di tengah situasi saat ini, setidaknya mengingatkan penulis pada seorang filsuf asal Jerman, yang bernama friedrich Nietzsche, pernah mengatakan bahwa “apa yang tidak membunuh kita membuat kita lebih kuat.” Kalimat itu, setidaknya bisa berlaku bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang dapat bertahan di tengah pandemi covid-19 punya peluang lebih besar untuk melompat di masa depan. Usaha mikro kecil dan menengah sendiri memainkan peran dan kuantitas yang penting dalam menciptakan lapangan kerja, menyerap tenaga kerja, dan mendorong pembentukan produk domestik bruto . Bu Eka pun menuturkan para penjual nasi boran saat ini mengeluh akibat pandemi yang berdampak pada penurunan pembelian Nasi Boran.

Dan dengan adanya situasi seperti ini pendapatan menurun sehingga harus mengurangi jumlah takaran yang harus dijual, karena takut tidak terjual habis. UMKM memiliki peranan yang sangat vital bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia, tapi juga di negara-negara maju. Untuk mengatasi situasi pandemi dan untuk menarik minat masyarakat datang dan mengkonsumsi produk dan jasanya, pedagang Nasi Boran perlu untuk merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yang didasarkan atas analisa konsumen dan analisa situasi dan kondisi internal-eksternal perusahaan atau yang biasa disebut dengan Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah cara yang tepat untuk menyelesaikan masalah tersebut dalam manajemen pemasaran.

Analisis SWOT dalam menangani masalah lingkungan dibagi menjadi dua tahap, yaitu dengan memahami lingkungan eksternal dari ancaman dan peluang yang dihadapi oleh pelaku UMKM, dan memahami kelebihan dan kekurangan UMKM di lingkungan internal. Melalui penggunaan analisis SWOT, para pelaksana lingkungan internal dapat memahami faktor lingkungan eksternal dan internal sebagai acuan bagi UMKM untuk menentukan strategi pemasaran yang berdaya saing. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang **“STRATEGI PEMASARAN NASI BORAN DALAM MEMPERLUAS PASAR PADA KONDISI PANDEMI COVID 19”**. Karena peneliti ingin menggunakan teori analisis SWOT untuk mempelajari bagaimana sistem pemasaran yang benar dapat meningkatkan penjualan UMKM makanan khas Lamongan, Nasi Boran mampu bersaing dengan makanan khas UMKM Lamongan lainnya

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk mendeskripsikan keadaan fenomena kejadian. Hardani (2020:54) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif ditujukan pada karakteristik suatu populasi atau wilayah tertentu, secara sistematis dan akurat memberikan gejala, fakta atau peristiwa. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya yang kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan, Hardani. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif adalah karena metode ini sesuai dengan tema yang diambil oleh peneliti. Selain itu, penelitian juga ingin mendeskripsikan secara lebih detail.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah di Alun-alun Kota Lamongan dan sekitarnya. Dimana Alun-alun Lamongan dan sekitarnya merupakan sebuah kota yang ramai pengunjung bahkan ada pengunjung dari kota lain yang ingin menikmati keindahan kota Lamongan. Alasan peneliti mengambil tempat ini adalah di Alun-alun Lamongan dan sekitarnya tersebut, ada beberapa penjual Nasi Boran yang biasa mangkal atau berjualan di sekitar Alun-alun Lamongan.

Sumber Data

Diperlukan adanya data atau informasi baik dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan untuk melengkapi pembahasan dari penelitian ini. Adapun data diperoleh melalui data primer dan data sekunder

Data primer yakni data yang diperoleh secara langsung dari narasumber, yang memiliki peran sangat penting karena dari sumber itulah informasi dapat diperoleh. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti.

Wawancara adalah Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Hardani 2020:137). Adapun wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara bebas terpimpin dimana sebelum penulis melakukan wawancara, penulis telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan.

Observasi (pengamatan) merupakan pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti (Usman dan Purnomo dalam Hardani, 2020: 123). Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila: (1) sesuai dengan tujuan penelitian (2) direncanakan dan dicatat secara sistematis, dan (3) dapat dikontrol keadaannya (reliabilitasnya) dan kesahihannya (validitasnya), Hardani (2020: 123). penelitian menggunakan teknik ini sangat penting karena peneliti dapat menggambarkan situasi yang terjadi pada tempat yang diteliti.

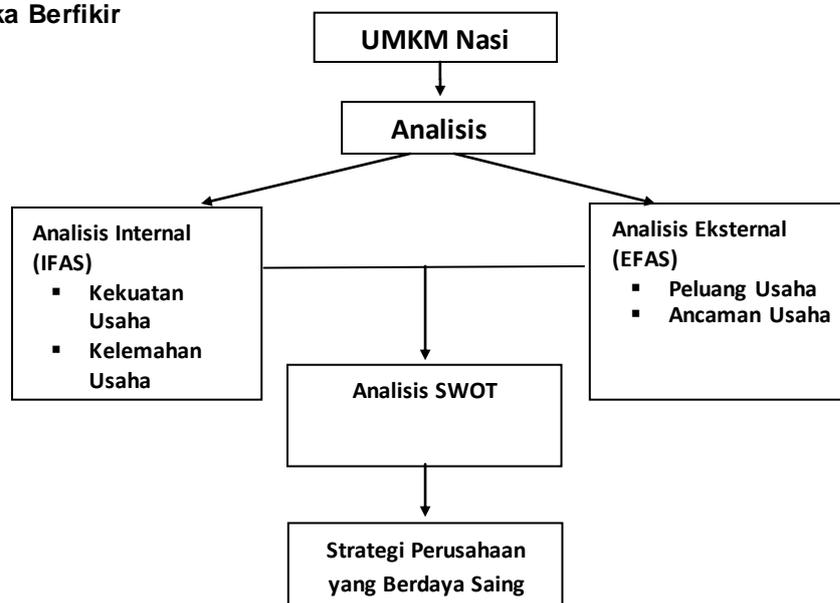
Data sekunder adalah data-data yang dijadikan pelengkap untuk memudahkan proses penelitian, data sekunder ini dilakukan melalui studi kepustakaan, baik dari pustaka buku maupun dokumentasi atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data ini peneliti menggunakan dua data sumber yakni dari sumber data primer dan sekunder. Dimana dalam memperoleh data primer peneliti menggunakan teknik wawancara dan observasi, kemudian untuk mendapatkan data sekunder peneliti menggunakan teknik studi pustaka dan dokumentasi.

HASIL

Kerangka Berfikir



Sumber: (So'imatus 2020)

Gambar 1 Kerangka Berpikir

Pada zaman dulu Sekitar tahun 1945-1950-an Nasi Boran dibuat untuk kegiatan upacara desa atau hajatan pada waktu itu, lalu nasi boran mulai dijajakan beberapa tahun berikutnya. Kebiasaan seperti ini secara terus menerus diturunkan kepada anak cucu mereka sehingga regenerasi terus berlanjut. maka umumnya penjual nasi boran ini

adalah anak dari penjul nasi boran sebelumnya. Dimana ikan sili sendiri saat ini sudah susah dijumpai di Lamongan dan harganya juga lebih mahal dari daging ayam. Nasi boran ini dijual dengan kisaran harga mulai dari Rp. 10.000 - Rp. 15.000, harga ini tergantung ikan atau lauk yang dipilih seperti ikan bandeng, khutuk, dan bisa juga pilih ayam, jeroan, otak-otak bandeng, telur goreng, telur asin, tahu dan tempe.

Tabel 1 Data Informan Primer

No.	Nama Informan	Alamat Informan	Usia Informan	Lama berjualan	Waktu Penelitian	Lokasi Penelitian
1.	Ibu Napsia	Sawu, Sumberjo, Lamongan	46 tahun	26 tahun	21-maret-2021, jam 11:10	Jln.Basuki Rahmat
2.	Ibu Lastri	Sawu, Sumberjo, Lamongan	43 tahun	8 tahun	18-mei-2021, jam 07:10	Selatan alun-alun, belakang gedung BAPPEDA Lamongan
3.	Ibu Eka	Sawu, Sumberjo, Lamongan	37 tahun	7 tahun	19-mei-2021, jam 13:30	Selatan alun-alun, belakang gedung BAPPEDA Lamongan
4.	Ibu Ibtia	Sawu, Sumberjo, Lamongan	42 tahun	10 tahun	19-mei-2021, jam 13:15	Selatan alun-alun, belakang gedung BAPPEDA Lamongan
5.	Ibu Sriati	Sawu, Sumberjo, Lamongan	45 tahun	7 tahun	20-mei-2021, jam 18:35	Selatan alun-alun, belakang gedung BAPPEDA Lamongan

Tabel 2 Data Informan Primer Pelengkap

Nama Informan	Alamat Informan	Usia Informan	Jumlah nasi boran yang pernah dibeli	Waktu Penelitian	Lokasi Penelitian
Dewi Rahma Safitri	Desa Kadungrebug, Kec.Sukodadi, Kab. Lamongan	18 tahun	Lebih dari 20 kali	21-maret-2021, jam 11:10	Selatan alun-alun, belakang gedung BAPPEDA Lamongan

a. Faktor-faktor Internal Nasi Boran Kekuatan

- Lokasi yang strategis

- Pilihan jenis lauk yang beragam
- Pelayanan yang baik terhadap konsumen
- Harga yang terjangkau
- Bahan baku yang mudah didapatkan dan harganya terjangkau
- Hubungan antara penjual dan pemasok bahan baku bagus
- Pemilik/Penjual nasi boran memiliki semangat yang tinggi

Kelemahan

- Mudah basi karena tanpa bahan pengawet
- Area parkir yang kurang luas
- Tempat kurang nyaman
- Banyak yang belum menggunakan media online untuk promosi

b. Faktor-faktor Eksternal Nasi Boran

Peluang

- Didaerah Lamongan kota banyak terdapat sekolah dan juga perguruan tinggi
- Dekat dengan Alun-alun kota Lamongan
- Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok
- Kesibukan pegawai instansi pemerintah maupun karyawan swasta dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri

Ancaman

- Masakan mudah ditiru
- Naiknya bahan baku secara mendadak
- Pandemi Covid 19 yang mengakibatkan berkurangnya pembeli

PEMBAHASAN

a. Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix

Tabel 3 Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix

No	Faktor Internal	Bobot	Ranting	Skor
KEKUATAN				
1	Lokasi yang strategis	0,11	4	0,45
2	Pilihan jenis lauk yang yang beragam	0,11	4	0,45
3	Pelayanan yang baik terhadap konsumen	0,11	4	0,45
4	Harga yang terjangkau	0,11	4	0,45
5	Bahan baku mudah di dapatkan dan harganya terjangkau	0,11	4	0,45
6	Hubungan antara penjual dan pemasok bahan baku bagus	0,11	4	0,45
7	Pemilik/Penjual nasi boran memiliki semangat yang tinggi	0,11	4	0,45
Subtotal		0,79		3,16
KELEMAHAN				
1	Mudah basi karena tanpa bahan pengawet	0,06	2	0,11
2	Area parkir yang kurang luas	0,05	2	0,09
3	Tempat kurang nyaman	0,05	2	0,09

4	Banyak yang belum menggunakan media online untuk promosi	0,05	2	0,09
Subtotal		0,21		0,39
TOTAL		1		3,55

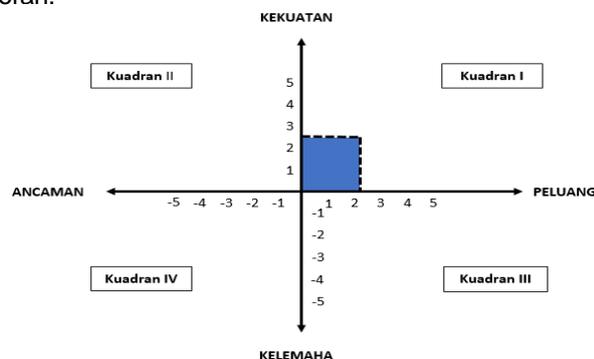
Sumber: David (2011)

b. Eksternal Factor Evaluation (EFE) Matrix

Tabel 4 External Factor Evaluation (EFE) Matrix

No	Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Skor
PELUANG				
1	Didaerah Lamongan kota banyak terdapat sekolah dan juga perguruan tinggi	0,18	4	0,69
2	Dekat dengan Alun-alun kota Lamongan	0,18	4	0,69
3	Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok	0,17	4	0,62
4	Kesibukan pejabat pemerintahan dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri	0,18	4	0,69
Subtotal		0,72		2,71
ANCAMAN				
1	Masakan mudah ditiru	0,10	2	0,19
2	Naiknya bahan baku secara mendadak	0,09	2	0,16
3	Pandemi Covid 19 yang mengakibatkan berkurangnya pembeli	0,10	2	0,19
Subtotal		0,28		0,54
TOTAL		1		3,25

Selanjutnya, skor total masing-masing faktor dapat dirinci, dengan kekuatan 3,16, kelemahan 0,39, peluang 2,71, dan ancaman 0,54. Maka dapat dilihat bahwa selisih skor total antara faktor kekuatan dan faktor kelemahan adalah (+) 2.78, dan selisih skor total antara faktor peluang dan faktor ancaman adalah (+) 2.17. Berikut adalah gambar grafik analisis SWOT Nasi Boran:



Gambar 2 Diagram Analisis SWOT UMKM Nasi Boran di kota Lamongan

Dari Gambar 2 menunjukkan UMKM Nasi Boran berada pada kuadran I (positif, positif) dimana kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. UMKM Nasi Boran tersebut memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

c. Matriks SWOT

Menurut David (2017:251) Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting guna untuk membantu manajer mengembangkan empat jenis strategi.

Tabel 5 Matriks SWOT

	STRENGTH	WEAKNESS
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> EFE IFE </div>	S.1 Tempat yang setrategis S.2 Piliha jenis lauk yang yang beragam S.3 Pelayanan yang baik terhadap konsumen S.4 Harga yang terjangkau S.5 Bahan baku mudah di dapatkan dan harganya terjangkau S.6 Hubungan antara penjual dan pemasok bahan baku bagus S.7 Pemilik/Penjual nasi boran memiliki semangat yang tinggi	W.1 Mudah basi karena tanpa bahan pengawet W.2 Area parkir yang kurang luas W.3 Tempat kurang nyaman W.4 Banyak yang belum menggunakan media online untuk promosi
OPPORTUNITY	STRATEGI SO	STRATEGI WO
O.1 Didaerah Lamongan kota banyak terdapat sekolah dan juga perguruan tinggi O.2 Dekat dengan Alun-alun kota lamongan O.3 Gaya hidup masyarakat yang menjadikan makanan sebagai kebutuhan pokok O.4 Kesibukan pegawai instansi pemerintah maupun kryawan swasta dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri	a. Memanfaatkan ramainya pengunjung di sekitaran alun-alun kota lamongan dengan memberikan pelayanan yang baik agar didapatkan loyalitas konsumen (S3, O2, O1) b. Memanfaatkan banyaknya sekolah dan perguruan tinggi serta gaya hidup dan Kesibukan pegawai instansi pemerintah maupun kryawan swasta dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri ini dengan meningkatkan kualitas pelayan dan mempertahankan harga dan juga pilihan lauk yang beragam agar diperoleh kepuasan pelanggan sehingga akan melakukan pembelian kembali dikemudian hari (S1,S2,S4,S3,O1,O3,O4) c. Mempertahankan pasar yang sudah ada, dan mengoptimalkan semangat kerja yang tinggi untuk mencapai atau menarik pelanggan yang ramai di sekitaran alun-alun kota lamongan (S1,S7,O2)	a. Memanfaatkan peluang ramainya pengunjung disekitaran alun-alun kota lamongan dengan meningkatkan tempat jualan, dengan mengutamakan kebersihan (O2, W3) b. Memanfaatkan peluang yang ada dengan cara melakuakn promosi menggunakan media offline dan online (W4,O1,O2,O3,O4)
THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
T.1 Masakan mudah ditiru T.2 Naiknya bahan baku secara mendadak T.3 Pandemi Covid 19 yang mengakibatkan berkurangnya	a. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas makanan untuk meminimalisir kompetitor peniru (S3.S4,T1) b. Tetap menjaga hubungan baik dengan pemasok untuk meminimalisir apabila ada kenaikan harga bahan baku,	a. Di musim wabah pandemi ini untuk meminimalisir merosostnya penjualan maka diperlukannya pengoptimalan promosi melalui media sosial yang ada (T3,W4) b. Mempertahankan harga

pembeli	<p>agar tidak menjadi korban kenaikan bahan baku secara individu oleh pemasok (S5,S6,T2)</p> <p>c. Menyetok bahan baku yang sering mengalami kenaikan secara signifikan, seperti cabai (T2)</p> <p>d. Mempertahankan harga makanan yang terjangkau agar tetap bersaing dengan perusahaan sejenis (S4,T1)</p> <p>e. Memanfaatkan kekuatan yang dimiliki yakni tempat yang strategis, harga yang terjangkau, juga semangat kerja yang tinggi, hubungan dengan pemasok yang baik untuk meminimalisir dampak pandemi Covid 19 yang mengakibatkan berkurangnya pembeli (S1,S4,S6,S7,T3)</p>	<p>dan efisiensi penggunaan bahan dasar dan pendukung (S4,T2)</p> <p>c. Melakukan inovasi terhadap produk agar lebih tahan lama dan menjaga hubungan baik dengan pemasok bahan baku utama agar terhindar apabila terjadi kenaikan harga (W1,S6,T2)</p>
---------	--	--

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian Strategi *Pemasaran* Nasi Boran Dalam Memperluas Pasar Pada Kondisi Pandemi *Covid* 19. Strategi yang dapat diterapkan adalah: Memanfaatkan ramainya pengunjung di sekitar alun-alun Kota Lamongan dengan memberikan pelayanan yang baik agar didapatkan loyalitas konsumen. Memanfaatkan banyaknya sekolah dan perguruan tinggi serta gaya hidup dan kesibukan pegawai instansi pemerintah maupun karyawan swasta dan mahasiswa sehingga tidak sempat memasak sendiri ini dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan harga dan juga pilihan lauk yang beragam agar diperoleh kepuasan pelanggan sehingga akan melakukan pembelian kembali dikemudian hari. Mempertahankan pasar yang sudah ada, dan mengoptimalkan semangat kerja yang tinggi untuk mencapai atau menarik pelanggan yang ramai di sekitaran Alun-alun Kota Lamongan.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R., David, Forest R. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concept, and Cases*. London: Pearson Education
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Jatim Newsroom, 2018. UMKM Tulang Punggung Perekonomian Jawa Timur. (*Daring*), (<http://jatimprov.go.id/read/berita-pengumuman/umkm-tulang-punggung-perekonomian-jawa-timur>), Diakses pada 15 Desember 2020.
- PPDB Indonesia Triwulan 2016-2020
- So'imatus Sintya, N. (2020). *Evaluasi strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT Di UKM "Jambangan Pitoe" Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).