

## Dampak Pandemi Covid -19 Terhadap Pengunjung Primo Superarket

**Khoirul Nasron**

*Universitas Pamulang, Indonesia; E-mail: [Khoirulnasron@gmail.com](mailto:Khoirulnasron@gmail.com)*

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pandemic Covid \_19 terhadap sektor retail di Indonsia khususnya di Primo Supermarket .jenis penelitian menggunakan metode Studi Kepustakaan (Library Research). study lapangan(obsevasi) dan analisis data dan penyebaran questionnaire pada pelanggan. penelitian ini menunjukkan pengaruh pandemic covid 19 terhadap menerunya customer count yang berbelanja di Primo supermarket. Semenjak Presiden Jokowi telah memutuskan dalam rapat kabinet bahwa opsi yang di pilih adalah pembatasan sosial berskala besar atau PSBB, Maret –October 2020 Primo supermarket menunjukkan kenaikan penjualan sebesar 9.2 miyar atau kenaikan 12% dari penjualan tahun lalu kemudian di ikuti penurunan customer count dari tahun lalu sebanyak 226.137 pelanggan atau sebesar -39% dari tahun lalu. Dari hasil analisa survey pelanggan penunjukan bahwa kwadran II dan IV yang berbelanja hanya sebesar 9.9% dari total pelanggan yang berbelanja .Kwadran II dan IV menjadikan prioritas utama dalam penyebaran informasi katalog Promosi perlu adanya monitoring secara berkala pada pelanggan yang bertempat tinggal di wilayah kwadran tersebut agar mengetahui keberadaan primo Supermarket di dekat pemukiman mereka.Sedang pelanggan yang berada di wilayah Kwadran I sebanyak 12.9% dan kwadaran III sebanyak 10.1 % perlu di maintenace dan ditingkatkan customer service . Sedangkan Kwadran V adalah pelanggan yang berdomisili diluar Kwadran I sampai kwadran IV yang berjarak lebih 3 km dari objek yang mendominasi hasil survai sebesar 58.2% dari total pelanggan

**Kata kunci :** Covid\_19 ,PBB,Pelanggan

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pandemic Covid \_19 terhadap sektor retail di Indonsia khususnya di Primo Supermarket .jenis penelitian menggunakan metode Studi Kepustakaan (Library Research). study lapangan(obsevasi) dan analisis data dan penyebaran questionnaire pada pelanggan. penelitian ini menunjukkan pengaruh pandemic covid 19 terhadap menerunya customer count yang berbelanja di Primo supermarket. Semenjak Presiden Jokowi telah memutuskan dalam rapat kabinet bahwa opsi yang di pilih adalah pembatasan sosial berskala besar atau PSBB, Maret –October 2020 Primo supermarket menunjukkan kenaikan penjualan sebesar 9.2 miyar atau kenaikan 12% dari penjualan tahun lalu kemudian di ikuti penurunan customer count dari tahun lalu sebanyak 226.137 pelanggan atau sebesar -39% dari tahun lalu. Dari hasil analisa survey pelanggan penunjukan bahwa kwadran II dan IV yang berbelanja hanya sebesar 9.9% dari total pelanggan yang berbelanja .Kwadran II dan IV menjadikan prioritas utama dalam penyebaran informasi katalog Promosi perlu adanya monitoring secara berkala pada pelanggan yang bertempat tinggal di wilayah kwadran tersebut agar mengetahui keberadaan primo Supermarket di dekat pemukiman mereka.Sedang pelanggan yang berada di wilayah Kwadran I sebanyak 12.9% dan kwadaran III sebanyak 10.1 % perlu di maintenace dan ditingkatkan customer service . Sedangkan Kwadran V adalah pelanggan yang berdomisili diluar Kwadran I sampai kwadran IV yang berjarak lebih 3 km dari objek yang mendominasi hasil survai sebesar 58.2% dari total pelanggan

**Kata kunci :** Covid\_19 ,PBB,Pelanggan

## PENDAHULUAN

Kasus pertama COVID-19 di Indonesia ini, didapat melalui penelusuran Kementerian Kesehatan RI. "Orang Jepang ke Indonesia bertemu siapa, ditelusuri dan ketemu. Ternyata, orang yang terkena virus corona berhubungan dengan dua orang, ibu 64 tahun dan putrinya 31 tahun," untuk mencegah serta memperlambat penyebaran Covid -19 di Indonesia Presiden Jokowi telah memutuskan dalam rapat kabinet bahwa opsi yang di pilih adalah pembatasan sosial berskala besar atau PSBB pada tanggal 31 Maret 2020 hingga kini –Wabah Covid 1-9 Pemerintah melalui Kementerian Keuangan mengakui Covid-19 telah memberikan dampak yang sangat besar bagi Indonesia. Di hampir seluruh sendi kehidupan masyarakat mendapat tekanan ekonomi yang sangat besar dan masif. Indonesia mengalami efek domino yang sangat berat, dimana kesehatan memukul sosial, sosial memukul ekonomi dan ekonomi juga pasti akan mempengaruhi dari sektor keuangan, terutama dari lembaga-lembaga keuangan bank dan non bank. Dampak Covid -19 karna adanya himbauan tidak keluar rumah dari Gubernur khsunya di sektor retail modern seperti supermarket di wilayah DKI mengalami penurunan pengunjung di awal pandemic namun terjadi kenaikan penjualan di karenakan adanya panic buying dimasa pandemic ini supermarket banyak yang tutup para karyawan kehilangan pekerjaan .Primo supermarket adalah salah satu retail berkosep retail modern juga terkena dampak dari Covid \_19 . yaitu di awal pandemic namun terjadi kenaikan penjualan di karenakan adanya panic buying sebesar 9.2 milyar atau kenaikan 12% dari penjualan tahun,kemudian di ikuti oleh menurunnya pengunjung yang berbelanja selama Pandemi covid\_19 yaitu dari Maret 2020 sampai dengan Oktober 2020 sebesar -39% dari tahun lalu

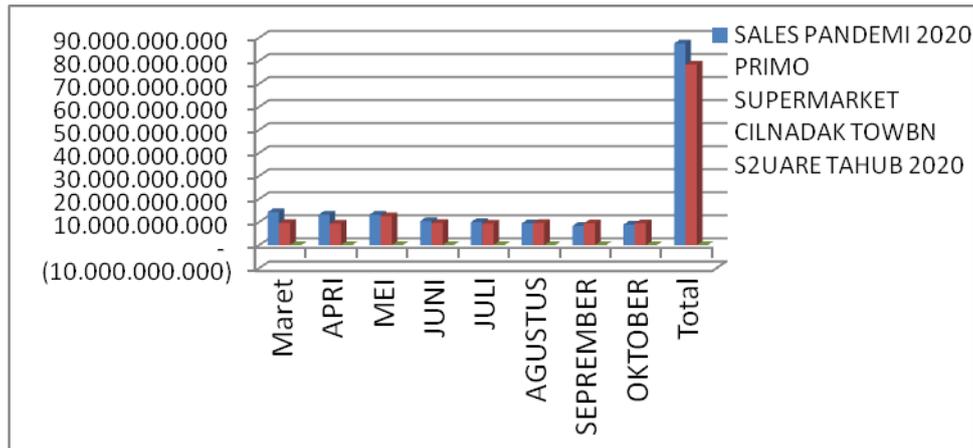
## TINJUAN PUSTAKA

Penelitian ini bertujuan menemukan dan mengaaisis penyebab turunnya customer count dan bagaimana cara meningkatkan kembali customer count di Primo Supermarket serta menentukan strategi penyeabaran imformasi kepada pelanggan baik berupa katalog atau pun imformasi melalui media electronic dan media sosial agar tetap sasaran  
Data Sales Primo Supermaret

Tabel. 1. SALES PANDEMI 2020 PRIMO SUPERMARKET

BULAN	TAHUN 2020	TAHUN 2019	GROWTH
Maret	14,318,076,040	9,492,517,917	51%
APRI	13,193,473,670	9,228,017,001	43%
MEI	13,104,173,407.0	12,471,478,363	5%
JUNI	10,399,609,530	9,568,211,182	9%
JULI	9,969,544,556	9,288,074,313	7%
AGUSTUS	9,365,347,738	9,474,943,873	-1%
SEPTEMBER	8,342,003,456	9,373,014,621	-11%
OKTOBER	8,804,028,080	9,361,710,502	-6%
Total	87,496,256,477	78,257,967,772	12%

Gambar Grafik penjualan dari bulan awal pandemic Covid\_Maret 2020 –Oktober 2020

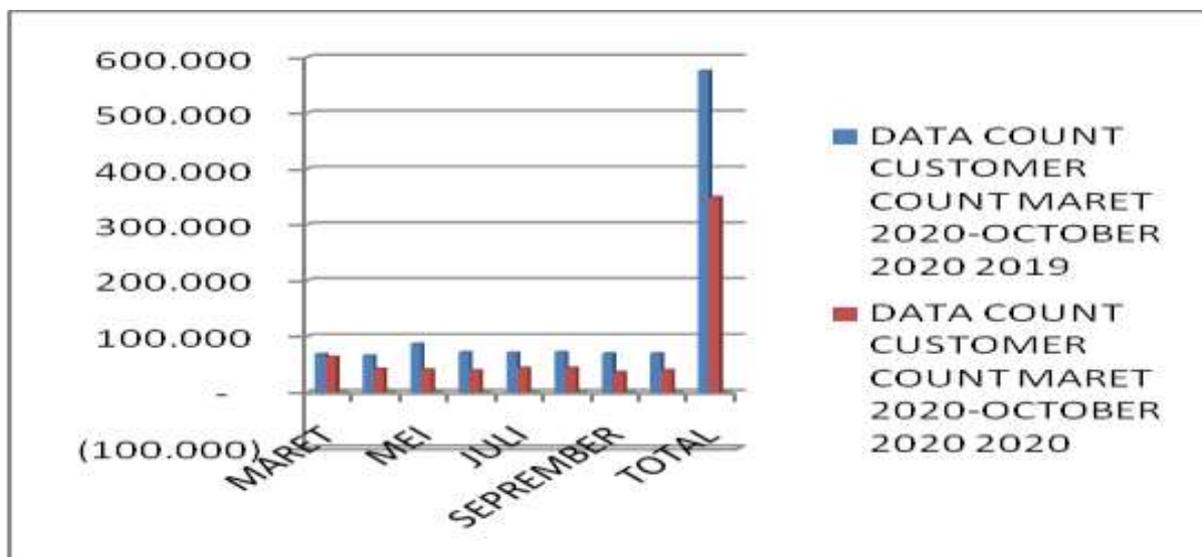


Sumber data dari Primo Supermarket

Dari hasil tabel penjualan tersebut menunjukkan bahwa penjualan di Primo Supermarket menunjukkan kenaikan sebesar 12% dari tahun lalu selama masa pandemic Bulan Maret 2020 sampai dengan October 2020

Tabel 2. customer count Dari bulan Maret -2020 s/d October 2020

DATA CUSTOMER COUNT MARET 2020-OCTOBER 2020			
BULAN	2020	2019	%
MARET	63.307	68.691	-8%
APRI	41.964	65.739	-36%
MEI	41.140	86.911	-53%
JUNI	39.455	72.110	-45%
JULI	43.773	70.953	-38%
AGUSTUS	43.940	72.081	-39%
SEPTEMBER	36.225	69.427	-48%
OKTOBER	39.895	69.924	-43%
TOTAL	349.699	575.836	-39%



Gambar Grafik customer count Maret 2020 –April 2020  
Sumber data: diambil dari Primo Supermarket

Berdasarkan gambar tabel tersebut diatas bahwa dari awal pandemic Maret 2020 –October 2020 terjadi penurunan pelanggan sebesar -39% diakibatkan dari dampak di berlakukannya pembatasan sosial berskala besar atau PSBB untuk mencegah penyebaran virus Covid -19 dari data tersebut diatas perlu analisis lebih lanjut untuk menemukan skala prioritas dalam usaha meningkatkan customer count pada Primo supermarket

## METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Sugiyono (2013:70) Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data dan pelaksanaannya. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif dengan design penelitian yang digunakan adalah survey dengan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel atau lebih dalam penelitian.

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Arikunto (2013:173) Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun presentasi kesamaan itu sedikit. Sugiyono (2013:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan Hasan (2012:12) menyatakan populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif atau kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Dalam Penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan Primo supermarket.

### Sampel

Arikunto (2013:174) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Hasan (2012:12) Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Sugiyono (2013:118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling aksidental, dimana siapa saja yang ditemui oleh peneliti dan sesuai untuk dijadikan responden, digunakan sebagai responden dalam penelitian ini dengan jumlah 300 pelanggan

### Mekanisme Pembuatan Survey

1. Membuat peta radius 2-3 km dengan lokasi toko sebagai center
2. Membuat 4 quadrant (Quadrant 1 s/d 4)
3. Membuat denah sederhana dengan point 2 atau lokasi penting untuk memudahkan pelanggan menunjuk lokasi tempat tinggalnya
4. Membuat list perumahan/ apartemen di setiap quadrant
5. Menentukan strategi survey

### Mekanisme Survey

1. Dibuat 1 lembar quadrant analysis di print dan dilaminating
2. Dilakukan survey oleh setiap kasir kepada pelanggan
3. Kasir menanyakan ke setiap pelanggan berada di quadrant mana tinggal
4. Kasir mencatat data pelanggan per harinya

Dilakukan selama 2 minggu

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini data yang kami peroleh selama melakukan penyebaran questionnaire kepada pelanggan

Tanggal	Hari Ke	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Total
26 Oktober 2020	1	184	92	181	110	658	567
27 Oktober 2020	2	209	128	138	118	786	593
28 Oktober 2020	3	219	151	177	126	972	673
29 Oktober 2020	4	230	197	188	105	803	720

30 Oktober 2020	5	199	131	151	141	859	622
31 Oktober 2020	6	190	123	167	152	836	632
1 November 2020	7	221	201	152	189	699	763
2 November 2020	8	115	134	122	134	829	505
3 November 2020	9	124	147	117	127	790	515
4 November 2020	10	154	124	96	124	869	498
5 November 2020	11	124	147	99	122	787	492
6 November 2020	12	108	134	170	96	825	508
7 November 2020	13	167	122	128	202	931	619
8 November 2020	14	137	132	117	214	908	600
Total pelanggan		2,381	1,963	2,003	1,960	11,552	8,307
%		12.0%	9.9%	10.1%	9.9%	58.2%	41.9%

DATA PERSENTASE PELANGGAN YANG DI SURVEY  
DIBANDINGKAN DENGAN TOTAL CUSTOMER COUNT

Tanggal	Hari Ke	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Total	CC	%
26 Oktober 2020	1	184	92	181	110	658	567	1,225	6.17%
27 Oktober 2020	2	209	128	138	118	786	593	1,379	6.94%
28 Oktober 2020	3	219	151	177	126	972	673	1,645	8.28%
29 Oktober 2020	4	230	197	188	105	803	720	1,523	7.67%
30 Oktober 2020	5	199	131	151	141	859	622	1,481	7.46%
31 Oktober 2020	6	190	123	167	152	836	632	1,468	7.39%
1 November 2020	7	221	201	152	189	699	763	1,462	7.36%
2 November 2020	8	115	134	122	134	829	505	1,334	6.72%
3 November 2020	9	124	147	117	127	790	515	1,305	6.57%
4 November 2020	10	154	124	96	124	869	498	1,367	6.88%
5 November 2020	11	124	147	99	122	787	492	1,279	6.44%
6 November 2020	12	108	134	170	96	825	508	1,333	6.71%
7 November 2020	13	167	122	128	202	931	619	1,55	7.81%
8 November 2020	14	137	132	117	214	908	600	1,508	7.59%
Total		2,381	1,963	2,003	1,96	11,552	8,307	19,859	100.00%
%		12.0%	9.9%	10.1%	9.9%	58.2%	41.9%		

### Kuadran I

Pelanggan yang berada di pemukiman Kwadran 1 menunjukkan hasil survei tinggi 2.381 pelanggan atau 12.0% dari jumlah total pelanggan yang berbelanja, informasi penyebaran katalog promo di wilayah pemukiman kwadran 1 perlu di pertahankan dan ditingkatkan standar pelayanan dan ketersediaan produk Apabila tidak ditingkatkan dan diprioritaskan maka dapat berdampak berpindah pada kompetitor lain

### Kuadran II

Pelanggan yang berada di pemukiman Kwadran 11 menunjukkan hasil survei rendah 1963 pelanggan atau 9.9% dari jumlah total pelanggan yang berbelanja, di kuadran 11 perlu skala prioritas informasi penyebaran katalog promo dan pemasangan spanduk promosi dan harus di perhatikan pelaksanaan penyebarannya katalog di wilayah pemukiman kwadran 11 agar tetap sasaran dan pelanggan mengetahui ada Primo supermarket modern di dekat pemukiman mereka

### Kuadran III

Pelanggan yang berada di pemukiman Kwadran III menunjukkan hasil survei 2003 pelanggan atau 10.1% dari jumlah total pelanggan yang berbelanja di Primo Supermarket Hampir sama dengan Kwadran I, informasi penyebaran katalog promo di wilayah pemukiman kwadran III perlu di pertahankan dan ditingkatkan standar pelayanan, kenyamanan dan ketersediaan produk Apabila tidak ditingkatkan dan diprioritaskan maka dapat berdampak berpindah pada kompetitor lain

### Kuadran IV

Pelanggan yang berada di pemukiman Kwadran IV menunjukkan hasil survei terendah 1960 pelanggan atau 9.9% dari jumlah total pelanggan yang berbelanja, hampir sama hasil survey kuadran I, di kuadran IV perlu skala prioritas informasi penyebaran katalog promo dan pemasangan spanduk promosi dan harus di perhatikan pelaksanaan penyebarannya katalog di wilayah pemukiman

kwadran 1V agar tetap sasaran dan pelanggan mengetahui ada Primo supermarket modern terdekat dari tempat tinggal mereka mereka .

## Kwadran V

Pelanggan yang berada di pemukiman luar Kwadran yang telah ditetapkan melebihi jarak 2-3 kilo meter. Dari Primo supermarket Pelanggan yang berada di pemukiman Kwadran V menunjukkan hasil survei tertinggi 11.552 pelanggan atau 58.2% dari jumlah total pelanggan yang berbelanja di Primo Supermarket , informasi penyebaran katalog promo baik melalui media elektronik, Email, Instagram, Facebook, Twitter, Blasting by Whasup bagi pelanggan yang berada di wilayah pemukiman kwadran V perlu di petahankan dan ditingkatkan standar pelayanan ,kenyamanan dan ketersediaan produk Apabila tidak ditingkatkan dan diprioritaskan maka dapat berdampak berpindah pada kompetitor lain

## KESIMPULAN

Kwadran 1 dan III perlu di petahankan dan ditingkatkan standar pelayanan dan ketersediaan produk Apabila tidak ditingkatkan dan diprioritaskan maka dapat berdampak pelanggan akan berpindah pada kompetitor lain.

Kwadran II dan IV perlu skala prioritas informasi penyebaran katalog promo dan pemasangan spanduk promosi dan harus di perhatikan pelaksanaan penyebarannya katalog di wilayah pemukiman kwadran II dan IV agar tetap sasaran dan pelanggan mengetahui ada Primo supermarket modern di dekat pemukiman mereka

Kwadran V yang dari hasil survey terbukti mendominasi belanja harian di Primo supermarket yaitu Pelanggan yang berada di pemukiman luar Kwadran yang telah ditetapkan melebihi jarak 2-3 kilo meter., informasi penyebaran katalog promo baik melalui media elektronik, Email, Instagram, Facebook, Twitter, Blasting by Whasup bagi pelanggan yang berada di wilayah pemukiman kwadran V perlu di petahankan dan ditingkatkan standar pelayanan ,kenyamanan dan ketersediaan produk Apabila tidak ditingkatkan dan diprioritaskan maka dapat berdampak berpindah pada kompetitor lain

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur penelitian Suatu pendekatan Praktik, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta Romadhina, A. P. (2020). Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro
- Data pusaka <https://www.halodoc.com/artikel/virus-corona-masuk-ke-indonesia-2-orang-positif-di-depok>
- Dewi, M. I. (2015). Pengaruh Pendapatan Masyarakat Dan Ijarah Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 3(1), 581-601.
- Febrianti, F. D. (2017). *Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Real Earnings Management Dan Information Asymmetry Terhadap Return Saham* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa.
- Hasan Iqbal *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002
- Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018, Hal. 2258 – 2267
- Kartolo, R., & Sugiyanto, S. (2019). Effect profitabilitas dan pajak terhadap keputusan pendanaan Dengan growth sebagai variabel moderating.

- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., Sunardi, N., Hastono, H., & Widodo, A. S. (2021). Perceived Quality Membentuk Customer Loyalty via Brand Equity pada Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 157-167
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Mukrodi, M. (2019). Membangun Motivasi Kerja. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(4), 431-440.
- Nuraeni, N., & Sugiyanto, S. (2020). Feasibility Study Dengan Pendekatan Balance Score Card Untuk Meningkatkan Jumlah Pasien Persalinan Di Rs X Tangerang Selatan. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).
- Romadhina, A. P. (2020). Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Dan Makro.
- Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono, K. (2020). Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 4(1), 43-56.
- Rusilowati, U., & Wahyudi, W. (2020, March). The Significance of Educator Certification in Developing Pedagogy, Personality, Social and Professional Competencies. In *2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)* (pp. 446-451). Atlantis Press.
- Sugiarto, T., Madu, L., & Subagyo, A. (2018). International Application Model Short-Long Term Between GDP and Consumption: Case Study Indonesia. *Economics*, 6(1), 81-90.
- Sugiono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Pendekatan Kwantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyanto, . (2020) *Manajemen Pemasaran : Inspiring The Salesmanship*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 9786237815853
- Sugiyanto, . (2020) *Manajemen Pemasaran : Inspiring The Salesmanship*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 9786237815853
- Sugiyanto, . (2020) *Manajemen Pemasaran : Inspiring The Salesmanship*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 9786237815853
- Sugiyanto, . and Anggun Putri Romadhina, . (2020) *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 978-623-92764-4-7
- Sugiyanto, . and Anggun Putri Romadhina, . (2020) *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Banten. ISBN 978-623-92764-4-7
- Sugiyanto, . and Luh Nadi, . and I Ketut Wenten, . (2020) *Studi Kelayakan Bisnis*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM), Serang. ISBN 978-623-7815563
- Sugiyanto, S. Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pemoderasi Kepemilikan Institusional. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 6(1), 268520.
- Sugiyanto, S., Maswarni, M., Nofiar, N., Yusuf, S., & Fitria, J. R. (2020). Tata Kelola Kandang Dan Pakan Serta Implikasinya Pada Penggemukan Sapi Studi Pada Desa Sindanglaya Kecamatan Tanjung Siang Kabupaten Subang. *Abdi Laksana*, 1(2).

- Sugiyanto, S., Maswarni, M., Nofiar, N., Yusuf, S., & Fitria, J. R. (2020). Tata Kelola Kandang Dan Pakan Serta Implikasinya Pada Penggemukan Sapi Studi Pada Desa Sindanglaya Kecamatan Tanjung Siang Kabupaten Subang. *Abdi Laksana*, 1(2).
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Sutoro, M., Sugiyanto, S., Sudaryana, Y., & Haryoko, U. B. (2020). Penerapan Manajemen Dalam Pengembangan Hasil Laut Yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat Pulau Seribu. *Abdi Laksana*, 1(3), 402-405.