



**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN BATIK SAAT MASA  
PANDEMI COVID 19 DI KOTA KLATEN**

Alvin Adam<sup>1</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Rosita<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Email : [alvinadam366@gmail.com](mailto:alvinadam366@gmail.com)<sup>1</sup>

[rositasetiawan@gmail.com](mailto:rositasetiawan@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

This study aims to look at the decline in economic activity in terms of sales due to the corona virus (COVID-19). with the aim of seeing the sales made by the fashion industry, especially in the sale of batik in Klaten City. Many SME business actors experience a decrease in profit or sales turnover. This is because the government enforces social distancing, so offline sales are very limited. This research on the effect of Covid-19 on the sale of batik uses a quantitative method, which is based on numbers using statistical tools. Respondents from this study amounted to 31 respondents in the Klaten area. Capital states if there is no influence between capital and sales. Quality negatively affects sales. Competition has a positive effect on sales. Promotion in this study has no impact on sales. The results of this study indicate that not all variables have a significant influence on Batik sales in the city of Klaten. . It can be said if Capital, Quality, Promotion have no effect on the sale of a product owned by the company / SME. While the competition variable has an effect on sales.

Keywords: Capital, Product Quality, Competition, Promotio

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat penurunan aktivitas ekonomi dalam hal penjualan karena virus corona (COVID-19). dengan tujuan untuk melihat penjualan yang di lakukan oleh industri fashion khususnya pada penjualan batik di Kota Klaten. banyak pelaku usaha ukm mengalami penurunan laba atau omzet penjualan. Hal ini di sebabkan karena pemerintah yang memberlakukan social distancing, sehingga untuk melakukan penjualan penjualan offline sangat terbatas. Penelitian mengenai pengaruh Covid-19 terhadap penjualan batik ini menggunakan metode kuantitatif, yang didasarkan pada angka dengan menggunakan alat bantu statistik. Responden dari Penelitian ini berjumlah 31 responden di wilayah Klaten. Dengan menggunakan metode penyebaran quisioner yang di sebarakan pada penjual batik di Klaten. Modal menyatakan jika tidak adanya pengaruh antara modal dengan penjualan. Kualitas berpengaruh negative dengan penjualan. Persaingan memiliki pengaruh positif terhadap penjualan. Promosi dalam penelitian ini tidak berdampak dengan penjualan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan tidak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan Batik di kota Klaten. Dapat di katakan jika Modal, Kualitas, Promosi tidak berpengaruh terhadap penjualan suatu produk yang di miliki perusahaan / UKM. Sedangkan pada variabel persaingan berpengaruh pada penjualan.

Kata kunci : Modal, Kualitas Produk, Persaingan, Promosi, Penjualan UKM

**PENDAHULUAN**

Pada bulan Maret 2020, Indonesia dilanda bencana pandemi hebat yang disebut Covid-19 (Penyakit virus Corona). Meningkatnya jumlah pasien yang terinfeksi virus Covid-19 meningkat tajam hari ke hari sehingga sulit untuk dikendalikan dan sangat perlu untuk perencanaan yang jelas dan tepat dari pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah Covid-19 ini. Sebuah pandemi dapat menyebar jauh dan luas dari tempat pertama kali ditemukan. Sejak wabah pandemi Covid-19 melanda Indonesia pada tahun 2020, berbagai upaya seperti isolasi mandiri, lockdown dan

berbagai kebijakan pemerintah telah dilakukan untuk mencegah lebih banyak penyebaran virus tersebut. Sejak saat itu, pemerintah memberlakukan peraturan yang membatasi kegiatan masyarakat skala besar.

Pandemi covid 19 memiliki banyak dampak pada ekonomi khususnya bagi kalangan anak muda. Berbagai sektor ekonomi yang merasakan efek dari pandemi covid 19 pada saat itu terutama komoditas, ekspor-import dan kegiatan produksi di suatu industri. Kebijakan pemerintah sangat mempengaruhi kesehatan ekonomi di Indonesia.

Banyak industri yang terhenti karena covid 19, di karenakan kurangnya persiapan untuk menghadapi pandemi pada saat itu, selain itu konsumsi yang kian menurun karena covid 19. Tentunya hal itu juga mengganggu berbagai penjualan industri yang berada di Indonesia, khususnya di wilayah provinsi Jawa Tengah. Pada triwulan 2 ini Jawa Tengah mengalami kontraksi secara year on year sebesar 5,94%, di bawah ekonomi nasional yang berkontraksi sebesar 5,32% [1].

Banyak perusahaan mengalami penurunan penjualan, penurunan aktivitas ekonomi dalam hal penjualan ini karena virus corona (COVID-19). Gangguan ekonomi ini tentunya perlu penyesuaian dan koordinasi untuk beberapa sektor industri. Seberapa besar dampak yang di timbulkan dari covid 19 ini dapat di lihat dari pendapatan yang di peroleh setiap periodenya [2]. Salah satu ukm yang menjadi studi kasus penelitian ini adalah industri fashion, dengan tujuan untuk melihat penjualan yang di lakukan oleh industri fashion khususnya pada penjualan batik di Kota Klaten. Batik di Klaten mengalami perkembangan yang cepat, baik dari segi jumlah maupun omzet penjualan, Tetapi covid-19 secara tidak langsung memberikan dampak negative terhadap perkembangan usaha penjualan batik di Kota Klaten. Terlebih di dukung data prasurvey yang di lakukan menunjukan hampir 80 persen penjualan batik tersebut menjadi sumber utama penghasilan keluarga.

Kehadiran covid 19 telah menuntut para pelaku ukm untuk berfikir lebih banyak karena omzet penjualan yang menurun. Maka banyak ukm yang harus lebih meningkatkan pelayanan dan membenahi fasilitas yang ada pada tokonya untuk memberikan pelayanan terbaik pada konsumen. Pada masa pandemi tersebut banyak pelaku usaha ukm mengalami penurunan laba atau omzet penjualan. Hal ini di sebabkan karena pemerintah yang memberlakukan *social distancing*, sehingga untuk melakukan penjualan penjualan *offline* sangat terbatas. Meski ukm terus mengalami peningkatan akan tetapi omzet penjualannya sempat mengalami penurunan pada tahun 2019-2020.

Tabel 1. Kenaikan UMKM di Provinsi Jawa Tengah  
Periode 2017-2021

DESKRIPSI DATA	SATUAN	TAHUN				
		2017	2018	2019	2020	2021
JUMLAH UMKM	UNIT	133.679	143.738	161.458	167.391	173.431
PENYERAPAN TENAGA KERJA	ORANG	918.455	1.043.320	1.312.400	1.298.007	1.311.015
OMZET	Rp. MILYAR	49,247	55,691	67,550	67,087	68,242

Sumber: DinKop, 2021

Berdasarkan pada data di atas dapat di simpulkan bahwa omzet pelaku ukm mengalami penurunan pada tahun 2019 – 2020 sedangkan pelaku ukm mengalami peningkatan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor yang bisat mempengaruhi penjualan. Sehingga

*Analisis faktor faktor yang mempengaruhi penjualan batik saat masa pendemi covid 19 di kota klaten*

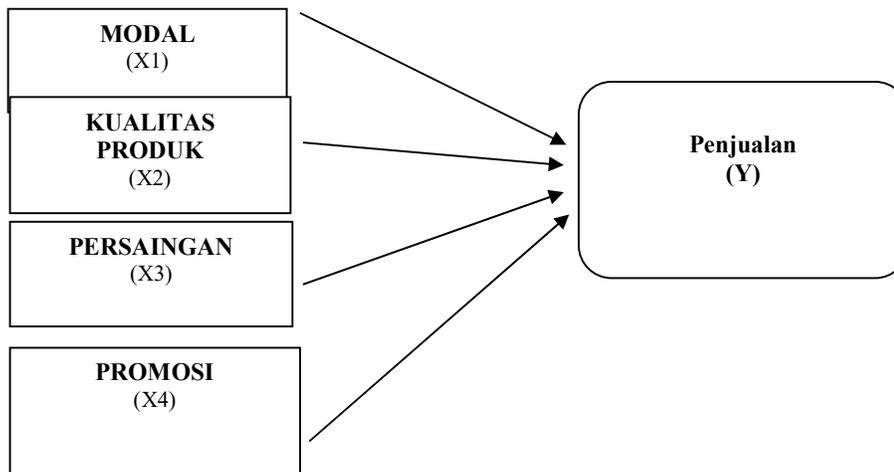
penelitian ini dapat membantu para pelaku ukm untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan pada ukm, sehingga lebih berhati hati untuk menanggapi suatu masalah dan dalam mengambil keputusan. Dan hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan seperti modal, kualitas produk, persaingan, promosi sangat berpengaruh pada penjualan. Sehingga jika beberapa hal tersebut lebih di perhatikan maka penjualan akan lebih stabil.

#### TINJAUAN PUSTAKA

Penjualan merupakan suatu aktifitas transaksi oleh seseorang atau kelompok dan mempunyai tujuan untuk mendapatkan untung dari pembeli barang atau jasa tersebut [3]. Dalam prakteknya ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap penjualan itu, adapun faktor faktor yang dapat mempengaruhi penjualan ialah Modal, Kualitas Produk, Persaingan dan Promosi.

Menurut Horne & John (2007:232) dalam [5] struktur modal merupakan pembiayaan jangka panjang permanen oleh utang, saham prefer, dan ekuitas saham. Maka dari itu keputusan untuk pendanaan merupakan suatu hal yang amat sangat penting dari sebuah manajemen keuangan. Menurut Kotler & Armstrong (2012:229) Kualitas Produk dapat di lihat dari kemampuan untuk menunjukkan fungsinya, dalam hal lain seperti kegunaan, kemudahan, perbaikannya dan keawetannya hal ini merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan dari kualitas suatu produk [7]. Adapun persaingan menurut Soekanto (2002), persaingan merupakan proses social bagian dari individu atau kelompok untuk mencari keuntungan sampai menjadi pusat perhatian dengan mempertajam prasangka social tanpa menggunakan kekerasan maupun ancaman. Menurut Rangkuti (2009:49) promosi merupakan suatu kegiatan suatu perusahaan yang mempunyai tujuan yaitu memberitahukan produk yang di miikinya serta member keyakinan tentang manfaat produk bagi konsumen.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat digambarkan kerangka pemikiran seperti berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir

#### Model Penelitian

Berdasarkan analisis teori di atas dapat di simpulkan bahwa para pelaku UKM dapat meningkatkan omzet penjualan dengan memperhatikan faktor faktor tersebut. Sehingga dapat di buat hipotesis yang di bangun dalam penelitian ini sebagai berikut ;

- H1 : Modal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penjualan.  
 H2 : Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penjualan.  
 H3 : Persaingan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penjualan.

---

*Analisis faktor faktor yang mempengaruhi penjualan batik saat masa pandemi covid 19 di kota klaten*

H4: : Promosi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penjualan.

Model persamaan yang di bangun dalam penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

#### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian mengenai pengaruh *Covid-19* terhadap penjualan batik lurik ini menggunakan metode kuantitatif, yang berdasar pada angka dengan dan alat bantu statistik. Peneliti memberikan batasan definisi operasional untuk memahami lebih dalam variabel yang menjadi bahan penelitian. Secara operasional mengikuti konsep konsep yang sudah di sajikan, dapat di jelaskan sebagai berikut : variabel Modal (X1), Kualitas (X2), Persaingan (X3), Promosi (X4) dan penjualan (Y). Populasi adalah jumlah total objek (entitas atau individu) di suatu wilayah sebagai bahan penelitian yang akan diamati. Suatu kegiatan penelitian sangat perlu untuk menentukan suatu populasi di wilayah yang akan diteliti, karena besar dan kecil dapat berpengaruh pada hasil penelitiannya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para penjual batik di Kota Klaten. Dengan menggunakan sumber data primer yang berasal dari jawaban para responden yang di sebarakan melalui kuisisioner kemudian akan di olah menggunakan tehnik analisis data yang menghasilkan statistik dari program SPSS. Penyebaran kuisisioner di lakukan dengan menggunakan google form kepada 35 responden yang memiliki UKM batik di kota klaten. Dengan item skor pertanyaanya sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju)

S (Setuju)

N (Netral)

TS (Tidak Setuju)

STS (Sangat tidak setuju)

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah obyek/subyek yang memiliki jumlah dan karakter sesuai dengan kriteria peneliti yang berguna untuk sebuah penelitian dan mencari kesimpulan atau hasil penelitiannya (Sugiyono;2013) dalam [10] Dalam penelitian ini populasinya seluruh UKM Batik yang berasal dari Kota Klaten. Pada penelitian ini umkm yang di teliti berjumlah sebanyak 302 ukm (BPS Klaten, 2020).

Sampel merupakan bagian dari sebuah populasi yang sebagian mewakili suatu populasi yang akan di teliti, atau hanya sebagian kecil dari populasi yang diamati [11] Selanjutnya sampel merupakan bagian dari populasi artinya besar sample harus mencakupi untuk menggambarkan sebagian besar populasinya. Tehnik pengambilan sampel meggunakan metode purposive sampling dengan syarat syarat sample yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

Wilayah ukm berada di wilayah Pedan Klaten.

Yang melayani penjualan produk langsung kepada customer.

Mempunyai toko online atau offline untuk melakukan penjualan.

Mempunyai jumlah pegawai lebih dari lima

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data responden

Berdasarkan data, jumlah ukm yang akan di teliti sebanyak 302 unit dengan 50 kuisisioner yang disebarakan mendapatkan jumlah responden sebanyak 31 unit usaha ukm, karakteristik responden dapat di identifikasikan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Deskripsi Responden

Profil Responden	Jumlah (orang)
Jenis Kelamin	
Laki-laki	15
Perempuan	16
Total	31
Usia	
20 sampai 30 Tahun	19
31 sampai 40 Tahun	7

*Analisis faktor faktor yang mempengaruhi penjualan batik saat masa pandemi covid 19 di kota klaten*

41 sampai 50 Tahun	5
Total	31

Sumber: Data Primer diolah 2022

Tabel di atas bisa disimpulkan responden berjumlah 31 orang, dengan mayoritas jumlah perempuan 16 orang dan mayoritas usia responden adalah 20 tahun sampai 30 tahun dengan jumlah 19 orang.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dapat dinyatakan jika nilai Sig. < 0,05, maka item yang diuji korelasinya adalah valid, atau dilihat dari rhitung dan rtabel. Jika nilai dari rhitung > rtabel maka data tersebut dinyatakan valid. Maka dapat disimpulkan perhitungan yang dilakukan penelitian ini dikatakan valid, karena mempunyai nilai rhitung > rtabel. Sedangkan uji reliabilitas mempunyai nilai Alpha Cronbach's dari seluruh variabel lebih besar dari 0,6 maka Uji Reliabilitas bisa dikatakan reliabel. Pada penelitian ini memperlihatkan *Alpha Cronbach* pada variabel lebih besar dari 0,6. Maka variabel di penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas pada penelitian ini menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar 0,388 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal. Sedangkan saat Uji multikolinearitas pengujian multikolinearitas data dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai tolerance seluruh variabel bebas lebih besar 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas lebih kecil dari 10. berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai tolerance semua variabel bebas lebih dari 0,1 dan nilai VIF seluruh variabel bebas kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian terbebas dari multikolinearitas. Dan pada Uji heteroskedastisitas penelitian ini nilai Sig seluruh variabel lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Hipotesa merupakan asumsi yang sering digunakan untuk dasar sebuah pengambilan keputusan selain itu juga untuk dasar penelitian yang lebih lanjut [12]

Tabel 3. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.348	2.974		.117	.908
Modal	.318	.196	.276	1.621	.117
Kualitas	-.049	.320	-.037	-.152	.880
Persaingan	.890	.370	.472	2.408	.023
Promosi	.382	.473	.173	.809	.426

Tabel di atas merupakan hasil dari output regresi linier berganda yang di olah dengan program SPSS 16.0. tabel di atas berisi nilai koefisien dari variabel bebas dan variabel terikat dengan signifikasinya. pada tabel menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,348 + 0,318X_1 + (-0,049) X_2 + 0,890 X_3 + 0,382 X_4 + e$$

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian data determinasi menghasilkan *model summary* dimana nilai R dalam tabel tersebut menghasilkan nilai atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 <sup>a</sup>	.571	.505	1.874
a. Predictors: (Constant), Modal, Kualitas, Persaingan, Promosi				
b. Dependent Variable: Penjualan				

berdasarkan hasil tabel 4 di atas nilai *Ajusted R Square* sebesar 0,57 yang mempunyai arti jika variabel bebas yang di gunakan dalam penelitian ini memiliki nilai sumbangan terhadap variabel terikat sebesar 57% dan sisanya 43% di pengaruhi oleh variabel lainnya.

Hasil uji kelayakan model (Uji F)

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.569	4	30.392	8.658	.000 <sup>a</sup>
	Residual	91.270	26	3.510		
	Total	212.839	30			

Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukkan nilai Sig. 0,000. Nilai Sig. tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dengan nilai ini menunjukkan bahwa modal regresi yang di gunakan penelitian ini layak untuk di interpretasikan lebih lanjut.

## Hasil Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error	Beta			
1	Modal	.318	.196	.276	1.621	.117	Di tolak
	Kualitas	-.049	.320	-.037	-.152	.880	Di tolak
	Persaingan	.890	.370	.472	2.408	.023	Di terima
	Promosi	.382	.473	.173	.809	.426	Di tolak

Sumber : data penelitian tahun 2022

Hasil uji hipotesis 1 yang terdapat pada tabel 6 menyatakan jika modal dapat berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan tidak terbukti. Sehingga dapat dijelaskan bahwa modal tidak berpengaruh terhadap penjualan. Maka bisa di katakan jika pelaku usaha UKM mempunyai modal yang besar ataupun kecil akan mempunyai resiko yang sama besarnya, karena jika membuka dengan modal yang besar maka pelaku UKM juga harus mengeluarkan uang operasional yang cukup besar juga dan belum tentu penjualan akan mengalami peningkatan, karena dalam penelitian ini juga melibatkan pelaku UKM penjualan batik di Klaten terutama di daerah Kecamatan Pedan dengan melakukan penjualan *online* dan UKM tersebut tidak memproduksi batik sehingga tidak terlalu banyak membutuhkan modal. Dengan hasil penelitian ini maka mempunyai hasil yang tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh [13] yang penelitiannya menyatakan modal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan.

Hipotesis 2 pada penelitian ini terdapat pada tabel 6 menyatakan jika pengaruh antara kualitas dengan penjualan di tolak, karena jika untuk memperbaiki kualitas di butuhkan bahan material pembuatan batik yang bagus, hal ini menyebabkan harga semakin tinggi atau menjadi mahal, dengan harga yang mahal ini membuat penjualan menurun, karena target pasar yang yang mengerucut pada yang mampu saja untuk membeli barang tersebut konsumen menengah ke atas akan tetapi teruntuk daerah kabupaten Klaten pasar

*Analisis faktor faktor yang mempengaruhi penjualan batik saat masa pandemi covid 19 di kota klaten*

penjualan paling banyak menengah kebawah. maka hal ini menunjukkan hasil berbanding terbalik dengan penelitian [14] yang mana pada penelitian tersebut menyimpulkan kualitas produk mempengaruhi penjualan. Hasil dari hipotesis 3 pada penelitian ini terdapat pada tabel 6 mendapati persaingan memiliki pengaruh positif terhadap penjualan. Dapat di katakan jika para pelaku UKM atau pesaing semakin banyak di satu tempat maka dapat menarik perhatian banyak wisatawan yang datang, hal ini menyebabkan meningkatnya pengunjung dan pembeli . seperti di daerah Bayat Klaten penngktan penjualan disana meningkat pesat karena banyaknya UKM batik disana. Hal ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian [14], yang mempunyai kesimpulan jika karakteristik lingkungan dapat mempengaruhi persepsi manager tentang ketidak pastian dan potensi lingkungan, dimana faktor tersebut mempengaruhi dari aspek strategi perusahaan (Luo, Yadong, 1999, p.37) dalam [15]

Hasil hipotesis 4 pada penelitian ini terdapat pada tabel 6 sebagai penguji terakhir yaitu promosi menghasilkan kesimpulan jika uji hipotesisnya di tolak karena promosi tidak selalu meningkat penjualan, sebab dengan adanya promosi membuat penjualan tidak stabil, penjualan akan meningkat pada saat promosi saja, tetapi pada saat harga normal penjualan akan mulai mengalami penurunan kembali, dan saat promosi seperti ini UKM mengemkas harga seminimal mungkin sehingga pendapatan bersihnya tidak jauh berbeda saat harga normal, seperti contoh saat opening sebuah toko dengan menawarkan berbagai macam promosi akan meningkatkan penjualan saat promosi tersebut berlangsung, akan tetapi saat promosi tersebut sudah selesai maka penjualan akan menurun kembali . Dengan hasil ini menunjukkan perbedaan dari penelitian [16] yang menyatakan jika promosi meningkatkan penjualan.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

menurut dari hasil penelitian di atas terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan tidak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan Batik di kota Klaten. Dapat di katakan jika Modal, Kualitas, Promosi di tolak terhadap penjualan suatu produk yang di miliki perusahaan / UKM. Sedangkan pada variabel persaingan berpengaruh positif pada penjualan. Selain itu UKM juga harus memikirkan apa yang menjadi kebutuhan konsumen, sehingga dapat memproduksi barang yang di minati konsumen.

Keterbatasan pada wilayah penelitian ini memungkinkan adanya perbedaan hasil dan kesimpulan penelitian dengan objek yang berbeda. Selain itu penelitian ini hanya mempunyai empat variabel bebas sehingga masih terdapat banyak variabel lainnya yang belum bisa saya di jelaskan dalam penelitian ini sehingga dapat mempengaruhi penjualan.

#### Saran

Karena berbagai kekurangan pada penelitian ini , maka di harapkan penelitian selanjutnya menambah variabel, memperluas obyek penelitian, dan menambah jumlah responden.

Para pelaku UKM di harapkan lebih memperhatikan strategi dalam penjualannya pada saat pandemi agar bisa bertahan sampai perusahaan / pelaku UKM kembali stabil.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPS, "Ekonomi Jawa Tengah pada Triwulan II-2020 mengalami kontraksi sebesar -5,94 persen," *Badan Pusat Statistik Prov Jateng*, 2020. <https://jateng.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1205/ekonomi-jawa-tengah-pada-triwulan-ii-2020-mengalami-kontraksi--sebesar--5-94-persen.html>
- [2] R. Rosita, "Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia," *J. Lentera Bisnis*, vol. 9, no. 2, p. 109, 2020, doi: 10.34127/jrlab.v9i2.380.
- [3] Mulyadi, *Sistem Akutansi*. Jakarta: Salemba Empat, Jakarta, 2008.
- [4] J. C. Van Horne and J. M. Wachowicz, *Fundamentals Of Financial (Management Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan)*, 12th ed. Salemba Empat, Jakarta, 2007.
- [5] I. Bhawa and N. Dewi S., "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Perusahaan Farmasi," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 4, no. 7, p. 255265, 2015.
- [6] P. Kotler and G. Armstrong, "Prinsip-Prinsip Pemasaran," 12th ed., Jakarta: Erlangga, Jakarta, 2012, p. 229.
- [7] R. Lesmana, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 2, no. 2, p. 115, 2019, doi: 10.32493/jpkpk.v2i2.2464.
- [8] S. Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

- [9] Rangkuti and Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [10] D. Deke, "Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Untuk Meningkatkan Efektivitas Dalam Penyajian Laporan Keuangan Pada Umkm Lima Sarana ...," *J. Agreg.*, 2019, [Online]. Available: <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/1869>
- [11] H. Nadiro, "Pengaruh etos kerja Islam terhadap kualitas kerja karyawan melalui kinerja: Studi pada Kantor Badan Narkotika Nasional Kota Malang," *J. Chem. Inf. Model.*, p. 59, 2014.
- [12] J. Supranto, *Riset Pemasaran untuk Pengembangan Ekspor*. Jakarta: Erlangga, Jakarta, 1986.
- [13] A. Zahara and R. Zannati, "Pengaruh Total Hutang, Modal Kerja, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Batu Bara Terdaftar Di Bei," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 3, no. 2, pp. 155–164, 2018, doi: 10.36226/jrmb.v3i2.108.
- [14] A. Bairizki, "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan ( Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies)," *J. Valid*, vol. 14, no. 2, pp. 71–86, 2017.
- [15] E. Ismawanti, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA PEMASARAN DENGAN FAKTOR LINGKUNGAN SEBAGAI VARIABEL MODERAT (Studi pada industri kerajinan batik di Pekalongan) TESIS Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Man.," *Tesis*, 2008.
- [16] F. A. Pitaloka and N. Widyawati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Online Shop Busana Muslim," *Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 4, p. 5, 2015.